

modus | insight

Die Peripherie des
Extremismus auf YouTube

Till Baaken, Dr. Friedhelm Hartwig und Matthias Meyer

Gefördert durch:



Bundesministerium
des Innern, für Bau
und Heimat

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

| Zusammenfassung

Im Rahmen dieses Reports wird die Peripherie des Extremismus auf YouTube auf vier verschiedenen Ebenen beschrieben: Mit Blick auf das Netzwerk, den Inhalt, die Vielfalt der Formensprachen sowie die Zahlen und Bewegungen unter den Kanälen der „Top 25“. Dies sind die zentralen Ergebnisse:

- | Wer auf YouTube zum Thema Islam recherchiert, begegnet einer Fülle von Kanälen aus dem salafistischen, islamistischen und einem hybriden Spektrum, die in einer Datenbank der Peripherie des religiös begründeten Extremismus erfasst wurde. Informationsangebote zum Islam außerhalb dieses Spektrums erscheinen auf YouTube kaum.
- | Die Kanäle der religiös begründeten Extremismusperipherie bilden eine Blase innerhalb der YouTube Landschaft. Wer einem Kanal folgt, folgt oft mehreren Kanälen aus dem Spektrum. Zudem gibt es *Gateway* Kanäle die, gestützt durch den Algorithmus, Zugänge zu dieser Blase bilden.
- | Der YouTube Empfehlungsalgorithmus trägt dazu bei, dass Nutzer*innen auf diese Blase stoßen und in dieser bleiben. Wenn ein Video aus der Blase angesehen wurde, werden vermehrt Videos aus dieser Blase vorgeschlagen.
- | Die Kanäle präsentieren eine große Vielfalt an Formensprachen, Stilen und Inhalten. Sie entfalten eine hohe Dynamik und Bereitschaft zur medialen Anpassung an die Nutzer*innen-Vorlieben.
- | Das zentrale Interesse des Publikums richtet sich offensichtlich auf das Thema Islam und auf damit zusammenhängende Fragen des „richtigen“ Glaubens- bzw. der „korrekten“ Lebensweise. Aus der „Nutzer*innen/Publikumsperspektive“ bzw. dem „Nutzer*innen-Verhalten“ lässt sich mittels Netzwerkanalyse zeigen, dass offenbar ideologische Unterschiede, Rivalitäten oder Abgrenzungen unter den Akteuren und Content-Produzenten für das Publikum keine entscheidende Rolle spielen.
- | Der Stil, das Layout, die Formate, die Themen und die Empfehlungen verweisen darauf, dass die Produzenten der Seiten ihre Orientierungen und Inhalte häufig aus dem englisch- und/oder arabischsprachigen Ausland beziehen. Es scheint eine enge Rezeption und Verknüpfung zum wahhabitischen Netz der Gelehrten in Saudi-Arabien und den Golfstaaten, den islamistischen und salafistischen Bewegungen aus dem türkisch geprägten Raum sowie Großbritannien zu geben.
- | In der Rangliste der „Top 25“ Kanäle hat es im untersuchten Zeitraum Februar bis November 2019 keine nennenswerten Verschiebungen gegeben. Die Zusammensetzung der „Top 25“ Kanäle blieb konstant.
- | Präventionsakteure benötigen einen genauen Überblick über die Kanäle und Netzwerke, um effektiv auf Herausforderungen reagieren zu können.

| Inhalt

Zusammenfassung	2
Einleitung	4
1 Literaturzusammenfassung und Problemstellung	6
2 Methode	9
3 Netzwerkgraph	17
4 YouTube Empfehlungsalgorithmus	20
5 Qualitativer Blick auf die „digitale islamistisch-salafistische“ Ummah	26
6 Vielfalt der Formensprachen	40
7 Zahlen und Bewegungen unter den „Top 25“ Kanälen im Jahr 2019	47
8 Fazit	55
9 Literatur	57
Impressum	58

| Einleitung

Youtube stellt besonders für Jugendliche eine immens wichtige Plattform dar, auf der sie sich über alltagsrelevante bzw. politische Themen informieren. 86 Prozent aller Jugendlichen in Deutschland nutzen YouTube aktiv. Die Plattform wird vom Expertengremium Rat für kulturelle Bildung als „digitaler Kulturort“ beschrieben. Junge Menschen werden durch die Videos in „hohem Maße zu kulturellen Aktivitäten angeregt“ und empfinden Youtube als Wissensplattform.¹ Die Video-Creators aus dem Spektrum des islamistischen bzw. salafistischen Milieu haben diese Chance schon seit geraumer Zeit erkannt und nutzen YouTube für den Versuch, die innerislamische Diskurs-
hoheit in Deutschland zu erlangen.

¹ Expertengremium Rat für Kulturelle Bildung, „JUGEND / YOUTUBE / KULTURELLE BILDUNG. HORIZONT 2019“ (Tanusstein, 2019), 6–8.

In der vom Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI) finanzierten Studie ABAT – „Aktuelle Begriffe, Akteure und Trends salafistischer (Online-) Diskurse und Implikationen für die Praxis der Radikalisierungsprävention“² wurden vor diesem Hintergrund im Laufe des Jahres 2019 insgesamt 210 Kanäle der Peripherie des Extremismus nach einem „First Impression Screening“ (FIS) auf YouTube identifiziert. Ihr Einfluss dominiert das Informationsangebot zum Islam auf YouTube. Allein die „25 Top“ Kanäle aus der identifizierten Peripherie des Extremismus erreichen insgesamt 510 166 Abonnent*innen und 70 132 227 Aufrufe.³ Durch die so geschaffene Diskurshoheit wird suchenden Jugendlichen und jungen Menschen eine

Islamauslegung nahegelegt, die ein salafistisch wahhabitisches Weltbild mit starker Orientierung an der islamischen Heilsgeschichte und Apokalypse prägt. Jugendliche werden zu einer aktiven Abgrenzung von der Gesellschaft und zur Schaffung einer religiös geprägten Gegenkultur aufgefordert. Durch die Studie ABAT wurde das Feld explorativ erkundet und eine erste Übersicht im Rahmen dieser Publikation erstellt, um weiterführende Forschungen zu ermöglichen. Um die Herausforderungen für Präventionsakteure besser verstehen zu können, werden in den folgenden Abschnitten Netzwerk, Inhalte, Formate und Zahlen näher beschrieben und diskutiert.

² Eine der wichtigsten Aufgaben des Projektes ABAT war es, einen zutreffenden analytischen Sprachgebrauch für die Peripherie des religiös begründeten Extremismus zu entwickeln. Die im Projekttitle zu findende Formulierung „salafistischer (Online-) Diskurse“ ist daher nach dem jetzigen Kenntnisstand nicht mehr ausreichend. Es handelt sich vielmehr in dieser Mischzone der islamischen Ideen und Glaubensvorstellungen um salafistische, islamistische und inhaltlich hybride Diskurse, die z.B. auch von sunnitisch-fundamentalistischen, orthodoxen oder konservativen Vorstellungen geprägt sind.

³ Die Gesamtabonnentenzahl setzt sich zusammen aus allen Abonnenten der „Top 25“ Kanäle, wobei Doppelungen möglich sind (ein*e Nutzer*in folgt mehreren Kanälen). Die Gesamtaufruhzahl der Videos setzt sich zusammen aus allen Ansichten aller Videos aller identifizierten Kanäle seit ihrem Bestehen. Hierbei sind Mehrfachklicks desselben Nutzers/der selben Nutzerin einzeln gezählt. Die Zahlen stammen vom 25. April 2019.

1 | Literaturzusammenfassung und Problemstellung

YouTube ist die größte Bewegtbild-Plattform im Internet, auf welcher Creators und Nutzer*innen Inhalte hochladen, ansehen, kommentieren, bewerten und aufeinander in Videos reagieren. 23 Prozent der YouTube Nutzer*innen im Alter von 12 bis 19 Jahren schauen sich regelmäßig Videos an, „die Nachrichten und das aktuelle Weltgeschehen kommentieren“.⁴ Gleichzeitig stellte Döring (2015) z.B. fest, dass Jugendliche häufig unkritisch traditionelle und stereotype Geschlechterrollen von YouTuber*innen imitieren und diese somit eine Orientierungsfunktion einnehmen.⁵ Dies kann ein Hinweis darauf sein, dass die in diesem Report betrachtete Form der Vermittlung der islamischen Religion von Jugendlichen eher unkritisch rezipiert wird. Wie Hugger et al. (2019) feststellen, liegen insgesamt jedoch „kaum genaue empirische Erkenntnisse darüber vor, wie differenziert

Jugendliche mit den Webvideos von YouTuber*innen umgehen, insbesondere mit solchen, in denen politische Inhalte und Meinungen zum aktuellen Weltgeschehen thematisiert und kommentiert werden.“⁶ Wichtig scheint der Zielgruppe insbesondere Authentizität zu sein:

„Mit informationsorientierten YouTuber*innen verbindet sich für die Jugendlichen ein Versprechen auf Authentizität, weil sie als ‚unverstellte‘ Personen aus dem ‚echten Leben‘ erscheinen. Dies gilt vor allem dann, wenn die Webvideos von YouTuber*innen produziert werden, die eine vergleichsweise geringe Anzahl von Follower*innen haben. Je authentischer die YouTuber*innen für die befragten Jugendlichen erscheinen, desto ansprechender auch glaubwürdiger wirken sie auf sie.“⁷

4 Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (2018). JIM-Studie 2017 – Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Abrufbar unter: www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf (Stand 26.02.2019).

5 Döring, Nicola (2015). Die YouTuber-Kultur im Gender-Check. In: merz, Jg. 59, 1/2015, 17-24. Gebel, Christa und Andreas Oberlinner (2018). Das GEHEIMNIS meines ERFOLGES. Orientierungspotenzial von YouTube-Stars. In: merz, Jg. 62, 3/2018, 38-43.

6 Hugger, Kai-Uwe, Lea Marie Braun, Christian Noll, Tine Nowak, Lars Gräßer, Daniel Zimmermann und Kai Kaspar (2019). Zwischen Authentizität und Inszenierung. Zur medienkritischen Einschätzung informationsorientierter YouTuber*innen-Videos durch Jugendliche. In: Friederike von Gross und Renate Röllecke (Hrsg.), Dieter Baacke Preis Handbuch 14. Instagram und YouTube der (Pre-)Teens. Inspiration, Beeinflussung, Teilhabe. München, kopaed, 30.

7 Ebd.

Im Rahmen einer Pew-Studie im Jahr 2018 wurde festgestellt, dass YouTube auch für Erwachsene Nutzer*innen eine wichtige Rolle spielt. So nutzen 35 Prozent aller Erwachsener in den USA (YouTube Nutzer*innen und Nicht-Nutzer*innen) YouTube, um zu verstehen, wie Dinge funktionieren, die sie vorher noch nicht gemacht haben („figuring out how to do things they haven't done before“).⁸ Ein Fünftel der Nutzer*innen nutzt die Plattform zudem, um das Weltgeschehen zu verstehen. Dies lässt den Schluss zu, dass extremistische Inhalte auf YouTube eine interessierte, teils unreflektierte Zielgruppe erreichen können, die sonst durch Raum und Zeit getrennt wäre. Die Nutzer*innen erwarten Authentizität (die kleineren Kanälen eher zugesprochen wird als größeren⁹) und wollen sich über das Weltgeschehen oder bestimmte Themen, wie zum Beispiel den Islam, informieren. Insbesondere jüngere Nutzer*innen übernehmen Positionen der Creators dabei eher unreflektiert.

Zusätzlich wird in der Forschung das Augenmerk vermehrt auf den YouTube Empfehlungsalgorithmus gelegt. Die oben genannte Pew-Studie stellt fest, dass YouTube immer längere Videos vorschlägt und Nutzer*innen (64 bzw. 60 Prozent) auf falsche oder unwahre Inhalte bzw. Inhalte, in denen Menschen gefährlichem oder besorgniserregendem Verhalten nachgehen, geleitet werden.¹⁰ Eine Studie, die sich mit extremistischen Inhalten beschäftigt, stellt zudem fest, dass der Algorithmus immer extremere Inhalte vorschlägt, wenn Nutzer*innen sich zuvor bereits weniger extremen Content angesehen haben.¹¹ Dies gilt für rechtsextremen als auch für religiös motivierten Extremismus.¹² Gerade im digitalen Umfeld wirken sich Empfehlungen durch Algorithmen und soziales Umfeld stark auf Entscheidungsprozesse aus.¹³ Wenn Inhalte durch den Algorithmus vorgeschlagen werden, sind sie möglicherweise schwerer durch die Nutzer*innen abzulehnen, da sie nicht als „partiisch“ wahrgenommen werden.¹⁴

8 Smith, Aaron, Skye Toor und Patrick van Kessel (2018). Many Turn to YouTube for Children's Content, News, How-To Lessons. An analysis of videos suggested by the site's recommendation engine finds that users are directed towards progressively longer and more popular content. Pew Research Center, 2.

9 Hugger et.al. 30.

10 Smith et.al. 6.

11 Reed, Alastair, Joe Whittaker, Fabio Votta und Seán Looney (2019). Radical Filter Bubbles. Social Media Personalisation Algorithms and Extremist Content. Global Research Network on Terrorism and Technology: Paper No. 8. RUSI, 8-9. Abrufbar unter: https://rusi.org/sites/default/files/20190726_grntt_paper_08_0.pdf.

12 Roose, Kevin (2019). <https://www.nytimes.com/interactive/2019/06/08/technology/youtube-radical.html> (abgerufen am 25.11.2019).

13 Courtois, Cédric, Elisabeth Timmermans (2018). Cracking the tinder code: An experience sampling approach to the dynamics and impact of platform governing algorithms. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23, 1–16.

14 Bode, Leticia und Emily Vraga (2015). In related news, that was wrong: The correction of misinformation through related stories functionality in social media. *Journal of Communication*, 65, 623.

Aus diesen Erkenntnissen ergibt sich folgendes Problem:

(Junge) Menschen, die Authentizität und Informationen, u.a. über „Dinge, die sie noch nie gemacht haben“ und das Weltgeschehen suchen, und zudem Positionen von YouTuber*innen eher unreflektiert übernehmen, werden durch die derzeitige Funktionsweise der Plattform YouTube zunehmend auf immer extrem(istisch)ere Inhalte geleitet. Das heißt, dass Menschen, die nach Informationen über den Islam suchen, schnell in einen Mikrokosmos oder eine sogenannte Echo-Kammer gezogen werden. Dies kann über einfache „how to“ Fragen („Wie bete ich richtig?“), Fragen nach dem Weltgeschehen („Christchurch Attentat“) oder Informationsfragen („Was ist ein Hijab?“) geschehen.

An dieser Stelle setzte das Projekt ABAT an. Es verfolgte erstmals mit mehreren Suchstrategien systematisch, was Nutzer*innen im deutschsprachigen Raum auf YouTube überhaupt für Angebote erhalten, wenn sie Informationen zum Islam suchen.¹⁵ Die Auswertung der daraus entstandenen Datenbank bestätigt die zuvor erwähnten Studien¹⁶ und führt zu folgendem Ergebnis:

Nutzer*innen stoßen auf drei verschiedene Arten von Kanälen, die vorläufig im Projekt ABAT unter der Bezeichnung „Peripherie des religiös begründeten Extremismus“ zusammengefasst werden und eine Informationsblase bilden, in der es Pole gibt, die zunehmend extremistischere Inhalte verbreiten.

Diese Ansammlung von Kanälen kann in drei Kategorien differenziert werden:

- | Kanäle, die eindeutig salafistisch geprägte Inhalte verbreiten, auf denen auch bekannte Akteure des salafistischen Milieus in Deutschland aktiv sind,
- | eindeutig islamistisch geprägte Kanäle der Hizb ut-Tahrir Bewegung sowie
- | Kanäle, in deren verbreiteten Inhalten zumindest Versatzstücke islamistischer oder salafistischer Glaubensüberzeugungen deutlich werden. Wir kennzeichnen sie im Folgenden als hybride Missionskanäle bzw. Hybridkanäle.

Nach der Erschließung der Informationsblase in einer Datenbank war das zweite Ziel des Projektes, diese Blase explorativ und induktiv zu erforschen.

¹⁵ Siehe Abschnitt Definition der Peripherie des Extremismus.

¹⁶ Siehe Abschnitt YouTube Empfehlungsalgorithmus.

2 | Methode

Im Projekt ABAT wurde in allen Arbeitsphasen ein **Mixed Method Approach** verfolgt, der durch die grundsätzliche interdisziplinäre Arbeitsweise der Projektmitarbeiter*innen und des Teams von modus|zad fortlaufend entlang der Dynamik der Aufgabe weiterentwickelt wurde. Zunächst galt es, das Material für die Analyse, also relevante YouTube Kanäle und das daraus erkennbare YouTube Milieu, systematisch zu erschließen und in einer Datenbank zusammenzufassen.

a | Qualitative Vorgehensweise

Ausgangspunkt für die qualitative Analyse war eine manuelle Suche der Forschenden nach unterschiedlichen Suchstrategien:

1 **First Impression Screening:** Eine Methodik zur Auswertung der ersten Ergebnisse wurde induktiv erstellt. Diese wurde First Impression Screening (FIS) genannt. Nach einem Blick auf den Kanal, die Titel und einer oberflächlichen Sichtung der jeweils hochgeladenen Videos wurden, bei angenommener Relevanz des Kanals, folgende Parameter festgehalten: Laufende Nummer, Name des Kanals, Abonnementanzahl am Datum, Link zum Kanal, Gefunden am, Gefunden von wem, Gesamtklickzahl des Kanals, wahrscheinlicher Typus, Beigetreten am, Selbstdarstellung (Beschreibung aus Kanalinfo), Direktzugang (Facebook, andere Links), geschätzte Aktivität (*uploads*), geschätzte Aufrufzahlen der einzelnen Videos, geschätztes Spektrum der (religiösen) Referenzen sowie ein Feld für Bemerkungen. Anschließend wurden zwei unterschiedliche Suchstrategien eingesetzt:

2 **Eine unstrukturierte Suche:** Nach dem Schneeballprinzip wurde, ausgehend von den wichtigsten bekannten deutschsprachigen Akteuren, mit Hilfe der Algorithmus-Funktion „What’s next“ eine unstrukturierte Suche ausgeführt. Diese Methode zeigte sich als wirkungsvoll, da die YouTube-Empfehlungen zum nächsten Video meist weitere extremistisch-periphere Inhalte anzeigten (siehe Abschnitt YouTube Empfehlungsalgorithmus). Mit einem computergestützten Experiment wurden die Ergebnisse zusätzlich überprüft. Das Resultat bestätigt die Ergebnisse anderer Publikationen.¹⁷ Die Ergebnisse und wichtigsten Parameter der Kanäle wurden durch das First Impression Screening (FIS) auf ihre Relevanz überprüft, bevor sie in die Datenbank aufgenommen wurden.

¹⁷ z.B. Reed et.al. (2019).

3 **Eine strukturierte Suche:** Parallel dazu wurde eine strukturierte Suche auf Basis einer zuvor erstellten Suchbegriffsliste von ca. 40 zentralen islamischen Begriffen ausgeführt, die auch im salafistisch / islamistischen Kontext von Bedeutung sind. Die Liste von Begriffen wurde in die integrierte Suchfunktion von YouTube eingegeben. Anschließend wurden relevante Kanäle nach einem FIS Abgleich mit den wichtigsten Parametern ebenfalls in der FIS Datenbank festgehalten. Die unterschiedlichen Suchstrategien kamen jeweils zu nahezu deckungsgleichen Resultaten.

4 **Mithilfe eines eigens programmierten Python Skripts** wurden dann von allen Videos der 210 identifizierten Kanäle über die YouTube Programmierschnittstelle (*API = Application-Programming-Interface*) Titel, Beschreibung, Kommentare, Anzahl der Kommentare, die Transkripte, Erstellungsdatum, Länge sowie Like und Dislike-Zahl von YouTube gescraped¹⁸ und in einer MySQL Datenbank hinterlegt. Diese Datenbank wird täglich aktualisiert und beinhaltet (Stand 05. Dezember 2019) insgesamt **91 157 Einträge**.

¹⁸ „Scrapen“ ist eine Vorgehensweise, bei welcher automatisierte, durch in diesem Fall mit der Programmiersprache Python erstellte, Skripte eigenständig täglich die neusten relevanten Informationen von der Plattform YouTube herunterladen.

5 Qualifizierung der „Top 25“: Insgesamt wurden 210 Kanäle der Peripherie des Extremismus identifiziert. Hieraus wurde eine aktuelle Rangliste der „Top 25“ Kanäle des deutschsprachigen Raums nach der Anzahl der Abonnements erstellt. Von jedem der „Top 25“ Kanäle wurden mindestens 6 Stunden Videomaterial gesichtet.

6 Zur qualitativen Inhaltsanalyse mittels MAXQDA wurde anschließend ein deduktives Codesystem entwickelt, das zur Analyse der „Top 25“ Kanäle und ihrer Videos dient. Hierzu wurden die inhaltlichen Vorarbeiten zum FIS, sowie die Auswertung von Sekundärliteratur in einer Matrix zusammengeführt. Anschließend wurden die Daten der „Top 25“ Kanäle nach MAXQDA

importiert und das deduktive Codesystem auf die Transkripte aller Kanäle übertragen. Daraus konnte ein erster quantitativer und qualitativer Eindruck über die jeweiligen Themenschwerpunkte gewonnen werden. Die ermittelten Daten von MAXQDA stellen eine geeignete Basis für eine weitere vertiefende themenzentrierte Analyse, z.B. in Bezug auf Antisemitismus, Gender, Bildung, Staat oder Feindbilder. Das deduktive Codesystem wird entsprechend den laufenden Erfahrungen weiter modifiziert.

7 Zusätzlich dazu wurde die Gestaltung der Videos analysiert und nach der Formensprache typisiert (siehe Abschnitt Vielfalt der Formensprachen).

8 Durch die explorative Konzeption der Studie war es immer wieder möglich, die Methoden flexibel an die Gegebenheiten im Feld anzupassen. Hierfür haben die Autoren ein Forschungslogbuch geführt, bei welchem die einzelnen Schritte des jeweils vergangenen Monats besprochen und festgehalten wurden, um daraus die Vorgehensweise für den nächsten Monat, sowie sich ergebende Fragestellungen festzuhalten. Durch die datengelenkte Vorgehensweise war eine schnelle Reaktion auf Veränderungen im Feld und eine Anpassung von Methoden möglich.

b | Quantitative Vorgehensweise

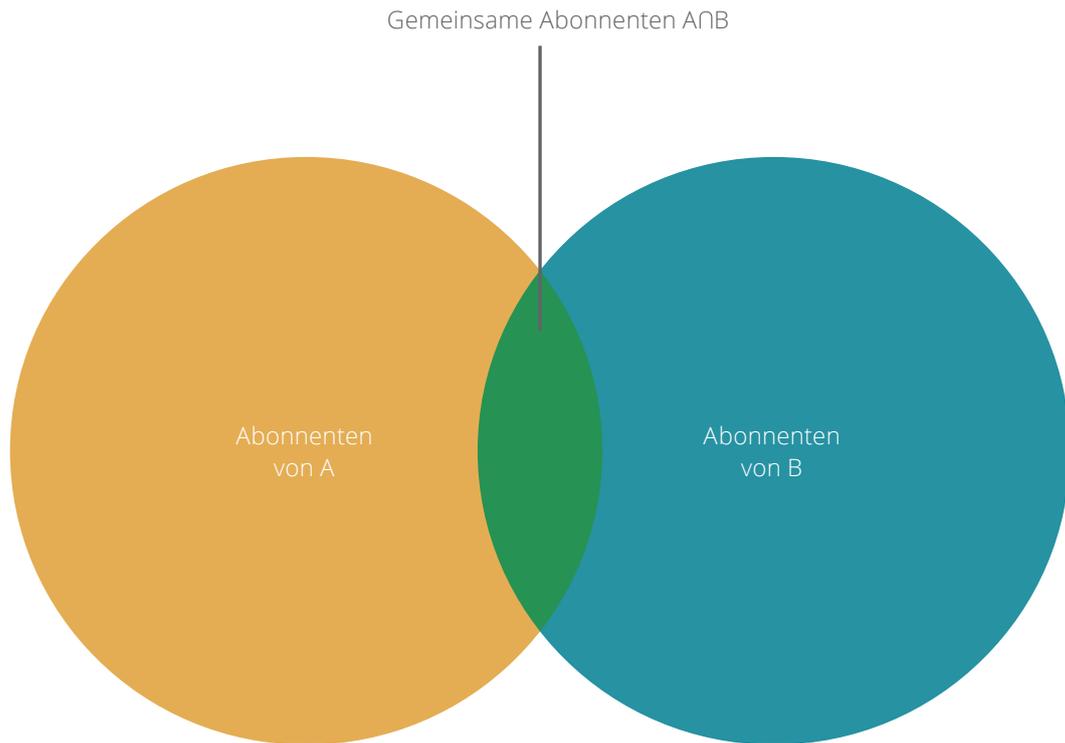
Ausgangspunkt für die quantitative Analyse war die in der qualitativen Analyse identifizierte FIS-Auswahl. Die Verbindungen der „Top 25“ Kanäle sollen erkundet und in eine graphisch aufbereitete „YouTube-Landschaft“ eingebettet werden. YouTube als Plattform ist in seiner Funktionsweise viel mehr als nur eine Video-Hosting-Seite. Stattdessen stellt YouTube ein überaus komplexes soziales Netzwerk dar, in dem Millionen Nutzer*innen auf verschiedenen Wegen miteinander agieren, sich gegenseitig Videos empfehlen, abonnieren und kommentieren.¹⁹ Diese Interaktionen machen es möglich zu beobachten, welche Kanäle ein soziales Geflecht bilden, welche Kanäle welche Zielgruppen erreichen und welche Kanäle sich mit ihren Inhalten zwischen verschiedenen Zielgruppen bewegen. Das Ziel der Datenauswertung war eine Netzwerkanalyse (*Social Network Analysis* (SNA)). Im daraus resultierenden Graphen werden die verwobenen Beziehungen der Kanäle durch Knoten (*nodes*) und Kanten (*edges*) dargestellt. Jeder Knoten steht für einen Kanal, während die Kanten die Beziehung der Kanäle darstellen.²⁰ Die grundlegende Idee einer SNA ist nicht neu und in den Sozialwissenschaften weit verbreitet, aber gerade für große Datenmengen bietet sie eine geeignete

Methode.²¹ Die Genauigkeit einer solchen Analyse hängt stark von der Qualität der zur Verfügung stehenden Daten ab. YouTube beschränkt den Zugang zu verwendbaren Daten stark. So ist es zum Beispiel unmöglich zu erfahren, welche Nutzer*innen sich ein Video direkt ansehen, daher wurde der Weg über die Abonnements gewählt. Über YouTubes *Application-Programming-Interface* (API) kann abgerufen werden, welchen Kanälen ein bestimmter Kanal folgt. Allerdings ist die Gegenrichtung, also herauszufinden welche Kanäle einem Kanal folgen, nicht unmittelbar abfragbar. Deshalb war das erste Ziel, eine ausreichend große Menge an Kanälen zu identifizieren, die 1. ihre Abonnements publik anzeigen und 2. mindestens einem Kanal der „Top 25“ folgen. Dies geschah, indem im Kommentarbereich nach Kanälen gesucht wurde, die den Kriterien entsprechen. Insgesamt haben 49.940 verschiedene Kanäle unter einem der „Top 25“ Videos kommentiert. Von diesen Kanälen erfüllten 11.589 beide Kriterien. Im Durchschnitt abonnierten diese Kanäle 209,02 Kanäle. Doppelungen herausgerechnet, hat dieser Prozess 604.238 Kanäle identifiziert, die wenigstens einem der „Top 25“ Kanälen folgen und daher relevant für die Netzwerkanalyse waren.

¹⁹ Crick, Matthew (2016). *Power, Surveillance, and Culture in YouTube™'s Digital Sphere*. Hershey, PA: IGI Global, 63-96.

²⁰ Van Den Ende, Benn (2017). "Understanding and Combatting Terrorist Networks: Coupling Social Media Mining with Social Network Analysis," in *The Proceedings of 14th Australian Information Security Management Conference*, 5-6 December, 2016, ed. Mike Johnston. Perth, Western Australia: Edith Cowan University, 48-51.

²¹ Steketee, Michael, Atsushi Miyaoka und Maura Spiegelman (2015). "Social Network Analysis," in *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, ed. James D. Wright, 2nd ed. Amsterdam, Elsevier, 461-467.



$$\text{Kantenstärke} = \frac{A \cap B}{A} + \frac{A \cap B}{B}$$

Abbildung 1:
Errechnung der
Kantenstärke

Um den Graphen übersichtlich zu halten, wurden nicht alle möglichen Beziehungen (Kanten, edges) sowie alle Kanäle (Knoten, nodes) im finalen Graphen geplottet. Stattdessen wurde Begrenzung festgelegt und die Kanäle ausgewählt, denen mindestens 200 Kanälen der Auswahl folgten, was die Menge der Knoten von 604.238 auf 1.060 reduzierte. Anschließend wurde die Beziehung zwischen allen Kanälen untereinander errechnet. Für

zwei Beispielkanäle „A“ und „B“ gilt dabei: Die Verwandtschaft ergibt sich aus Quotienten aus der Anzahl an gemeinsamen Abonnemenen der Kanäle „A“ und „B“ und der Anzahl der Abonnenten des Kanals „A“ addiert mit dem Quotienten aus der Anzahl an gemeinsamen Abonnemenen der Kanäle „A“ und „B“ und der Anzahl der Abonnenten des Kanals „B“.

Dieses Rechenverfahren resultiert in Beziehungswerten auf einer normalisierten Skala zwischen 0 und 200 Prozent. Je höher die Beziehung zwischen den Kanälen, desto mehr Abonnements teilen sie relativ. Um den Graphen zu visualisieren wurde die Software Gephi mit dem Layout Algorithmus ForceAtlas2 verwendet. ForceAtlas2 ist ein kräftebasiertes Layout, das eine Physiksimulation durchführt, um die Struktur von Daten zu räumlich zu veranschaulichen.²² Knoten, die sich viele Kanten teilen, werden näher aneinander dargestellt, während Knoten mit weniger gemeinsamen Kanten weiter voneinander entfernt liegen.²³ Der aus dieser Methode hervorgehende Graph zeigt alle relevanten Kanäle in Clustern und deren Verflechtungen miteinander (siehe Abschnitt Der Netzwerkgraph).

In einem weiteren Schritt wurde der YouTube Empfehlungsalgorithmus analysiert. Hierzu wurden die 100 meistgesehenen Videos jedes Kanals der „Top 25“ ausgewählt und mittels der YouTube API alle vorgeschlagenen Empfehlungen ausgewertet. Der Regionen-Code wurde auf „Deutschland“ gestellt. Die Empfehlungen durch die YouTube API sind nicht personalisiert auf einen bestimmte*n Nutzer*in abgestimmt. In den meisten Fällen wurden zwischen 50 und 100 Videos pro Video vorgeschlagen (siehe Abschnitt YouTube Empfehlungsalgorithmus).

22 Jacomy, Mathieu, Tommaso Venturini, Sebastien Heymann und Mathieu Bastian (2013). "ForceAtlas2, a Continuous Graph Layout Algorithm for Handy Network Visualization Designed for the Gephi Software," PLoS One 9,6.

23 Schmitt, Josephine, Diana Rieger, Olivia Rutkowski und Julian Ernst (2018). "Counter-messages as Prevention or Promotion of Extremism? The Potential Role of YouTube," Journal of Communication 68, 780-808.

c | Limitationen der Studie und Methoden

Aufgrund des explorativen Charakters der Studie sind auch die Methoden limitiert. Insgesamt wurde in einem Zeitraum von einem Jahr Einblick in die Peripherie des Extremismus genommen. Hierbei ist es aufgrund der Menge des Materials unmöglich, alle Videos im Zeitraum genauer zu analysieren. Mittels computergestützter Datenanalyse und den automatisierten Vorgängen zu Informationen und Transkripten der Videos sind zwar große Datenmengen beherrschbar, jedoch ist die Qualität der von Google automatisch erstellten Transkripte bedingt durch Hintergrundgeräusche, undeutliche Sprechweise oder einer fehlerhaften Erkennung von arabischen Begriffen teils mit Mängeln behaftet. Hier kann beispielsweise ein Herunterladen der einzelnen Videotonspuren in Kombination mit einem besseren Spracherkennungsprogramm brauchbarere Ergebnisse produzieren. Gerade für die qualitative inhaltliche Analyse zu bestimmten Themenschwerpunkten ist daher eine direkte Stichprobensichtung der Videos und teilweise eine manuelle Nachbearbeitung der Transkriptionen notwendig. Da zahlreiche Kanäle auch begleitend zum Text mit Bildbotschaften arbeiten, ist zudem eine Sichtung der Transkripte ohne die Analyse des gesamten Videos nicht immer ausreichend.

Aufgrund der YouTube Richtlinien und der Beschränkung von APIs sind zudem nicht alle Fragestellungen zu beantworten, da der

Zugang zu bestimmten Metadaten nicht gegeben ist. Zudem sind die Abfragen über die API auf ein bestimmtes Kontingent limitiert.

Grundlegend folgt diese Studie der Prämisse „Do no harm“, im Wesentlichen bedeutet dies, dass durch die Studie Menschen nicht unbeabsichtigt (weiter) radikalisiert werden und umsichtig vorgegangen werden muss, um Stigmatisierung und Vorverurteilungen zu vermeiden. Eine Herausforderung bei der Erforschung einer Peripherie des Extremismus ist und bleibt ein Abwägen zwischen Forschungsfragen, dem Interesse der Öffentlichkeit, den Persönlichkeitsrechten und den Interessen der Kanalbetreiber. Hier ist insbesondere darauf zu achten, welche Kanäle namentlich genannt werden (auch wenn diese Kanalnamen normalerweise nicht die Offline-„Klarnamen“ sind). Diese Abwägung limitiert teilweise die Veröffentlichung von Erkenntnissen, ist jedoch eine notwendige ethische Einschränkung. In diesem Report werden einige relevante Kanalnamen genannt und teilweise auch direkt verlinkt. Während die meisten der genannten Kanäle relativ klar einzuordnen sind (Bekanntheit der Prediger, Verfassungsschutzberichte etc.) und darauf verzichtet wurde, kleinere Kanäle zu thematisieren, bleibt ein geringes Restrisiko, eine falsche Einschätzung getroffen zu haben. Bei Kanälen die genannt werden, jedoch nicht der Peripherie des Extremismus angehören, wird im Text jeweils noch einmal explizit darauf hingewiesen.

3 | Netzwerkgraph

Um die Akteure der Peripherie im erweiterten YouTube Raum genauer zu analysieren, wurde eine Netzwerkanalyse durchgeführt. Diese hat ergeben, dass die Kanäle der Peripherie ein unabhängiges Cluster bilden – deutlich erkennbar auf der linken Seite des untenstehenden Netzwerkgraphen. Keiner der Kanäle steht deutlich abseits von den anderen. Folgt jemand einem der Kanäle aus dem Cluster, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass er auch einem weiteren aus der Auswahl folgt.

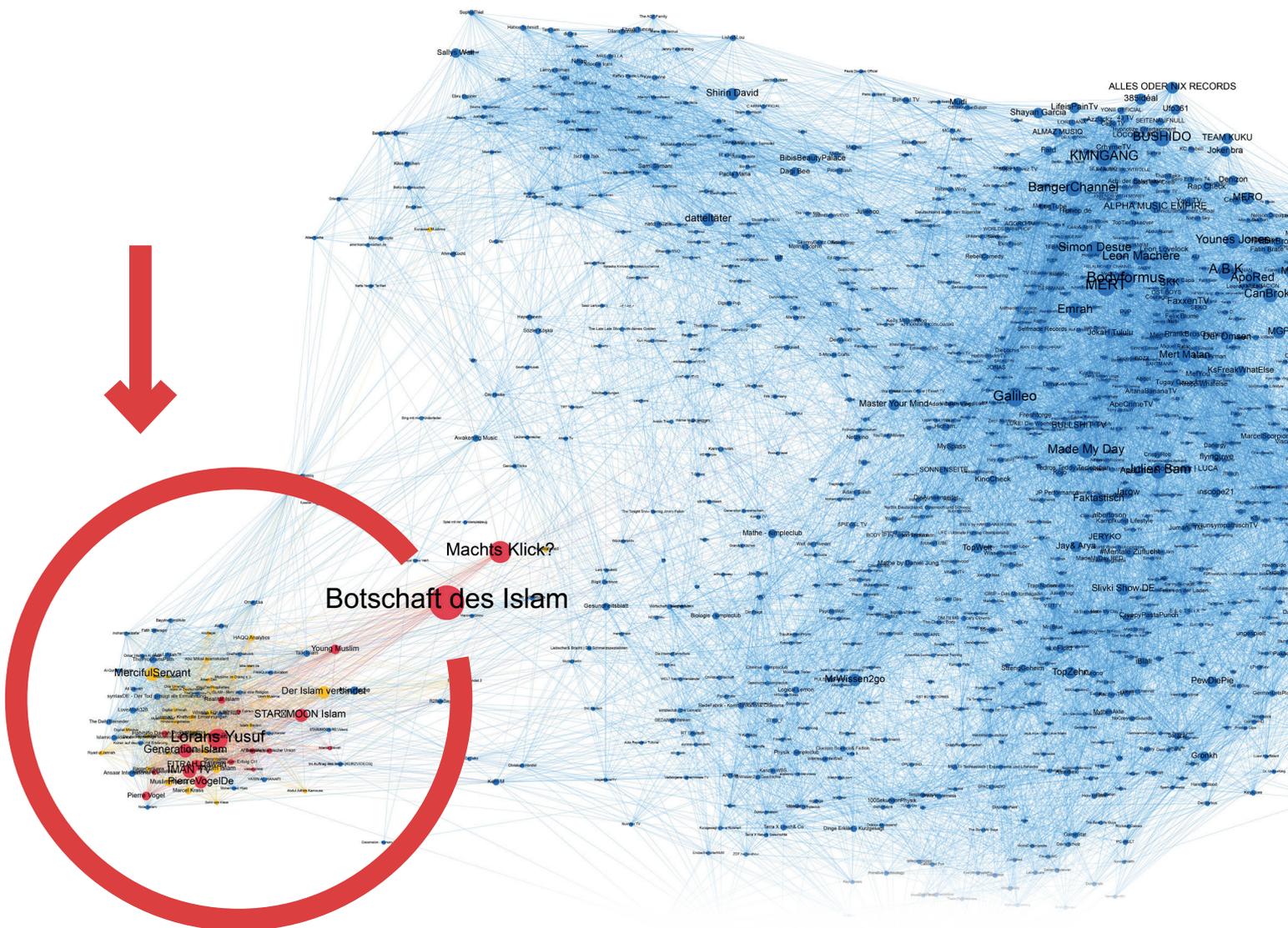


Abbildung 2: Die recherchierten Kanäle mit einem hohen Anteil an als salafistisch bzw. islamistisch einzuordnenden Inhalten bilden ein eigenständiges Cluster ganz links im Netzwerkgraphen²⁴.

24 Für eine skalier- und zoombare Version des Netzwerkgraphen: <https://modus-zad.de/blog/die-blase-der-peripherie/>.

Die Gruppe der Kanäle auf der linken Seite des Graphen scheint relativ geschlossen, beziehungsweise anhand der Abonnements gegenüber „dem restlichen YouTube“ abgrenzbar zu sein. Innerhalb des Clusters finden sich, so ergab es auch eine manuelle Überprüfung, ausschließlich Kanäle, die ebenfalls in das Schema der Peripherie des Extremismus passen. Die Methode, mittels Netzwerkanalyse ausgehend von 25 Kanälen weitere relevante Akteure einer Peripherie des Extremismus auszumachen, zeigt sich damit als fruchtbar, gerade, wenn der Kanalname keinen Hinweis auf relevante Inhalte gibt.

Wird das Cluster genauer betrachtet, fällt auf, dass die Abonnent*innen nicht erkennbar zwischen verschiedenen inhaltlichen Ausprägungen oder ideologischen Hintergründen der Kanäle im Peripheriecluster zu unterscheiden scheinen, sondern stattdessen Verbindungslinien kreuz und quer zwischen

den Kanälen des Clusters entstanden sind. Innerhalb des identifizierten Clusters einer Peripherie des Extremismus sind hinsichtlich des Nutzer*innen-Verhaltens zunächst keine Untergruppierungen erkennbar.²⁵

Somit rücken die Kanäle in den Fokus, die Brücken zwischen dem Cluster auf der linken Seite und der restlichen YouTube-Landschaft schlagen. Diese Kanäle sind vor allem „Botschaft des Islam“ und „Macht’s Klick?“ mit zahlreichen Verbindungen (Kanten) in beide Richtungen. Anhand der Netzwerkanalyse lässt sich die These aufstellen, dass diese beiden Kanäle eine entscheidende Position einnehmen, neue Nutzer*innen für (noch) extremere Inhalte zu gewinnen. Nicht nur sind die beiden zwei der erfolgreichsten Kanäle im Cluster (nach Zuschauer- und Abonnementszahl), sie zählen auch aufgrund ihres leicht konsumierbaren Inhalts und der reizvollen Bildsprache zu den intuitiv ansprechendsten.

²⁵ Siehe Abschnitt Themenzentriertes Verhalten der Nutzer*innen.

Dass aber nach ersten Berührungspunkten mit dem Islam, abgesehen von vereinzelt nicht-peripheren Kanälen wie beispielsweise „Eurasian Muslima“ und „Salsabil al-Almaniya“, niemand die entsprechenden Nutzergruppen abseits reichweitenstarker Kanäle aus der Peripherie inhaltlich abholt, deutet auf einen ersten konkreten Handlungsbedarf in der (Online-)Prävention hin.

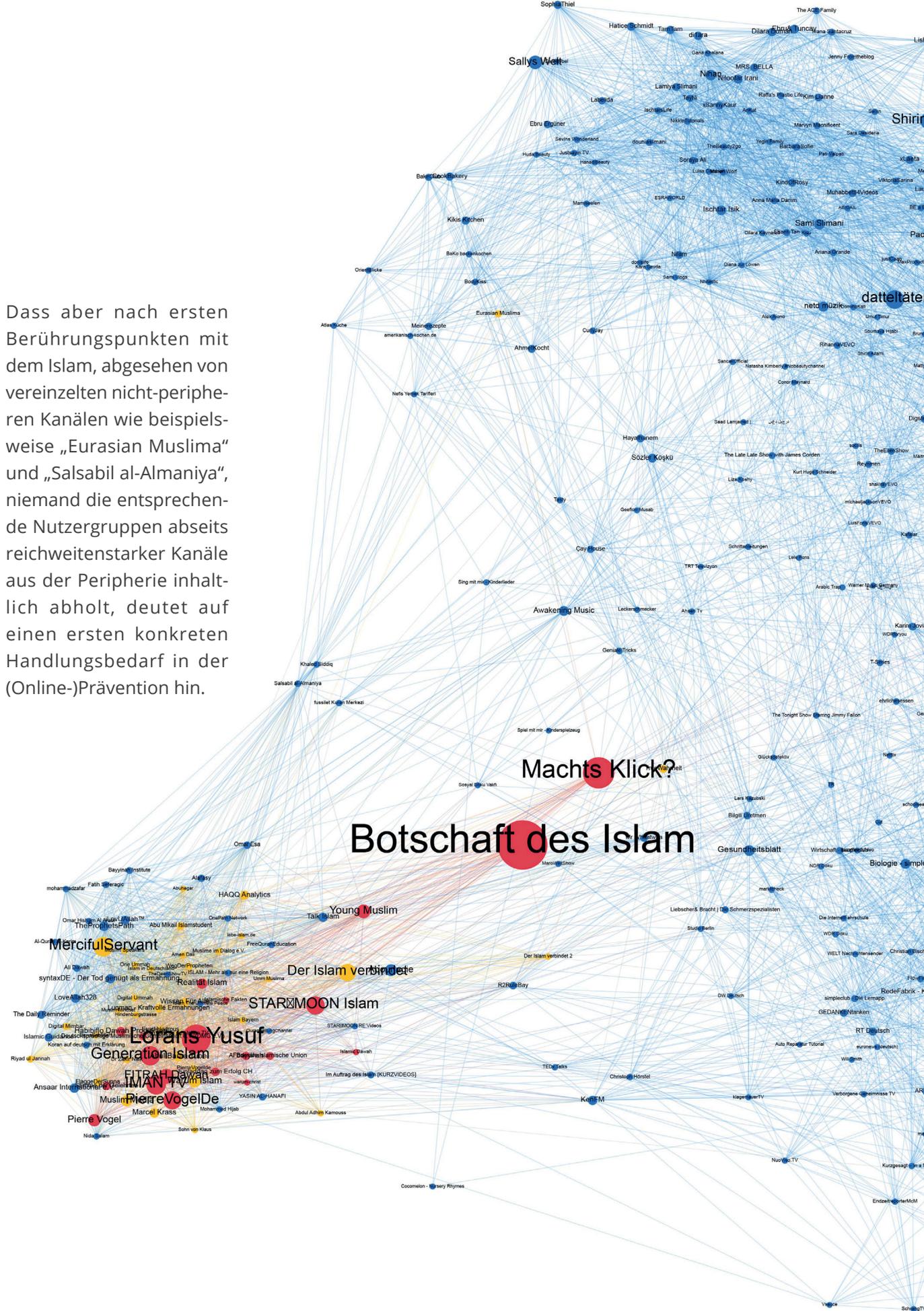


Abbildung 3: Die Kanäle „Botschaft des Islam“ und „Macht's Klick?“ bilden als Brückkanäle einen Übergang zwischen dem Cluster und der restlichen YouTube-Landschaft

4 | YouTube Empfehlungsalgorithmus

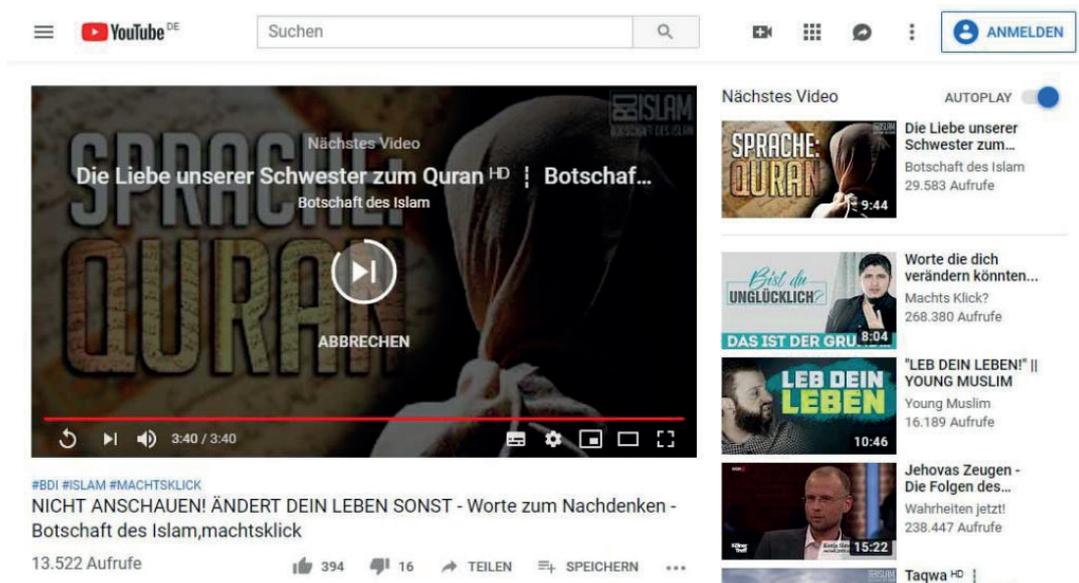


Abbildung 4: YouTube empfiehlt rechts neben jedem Video per Algorithmus neue Videos. Nach Ablauf eines Videos startet in der Standardeinstellung die oberste Empfehlung automatisch.

a | Empfehlungen aus der Blase hinaus

Die Betrachtung des YouTube Empfehlungsalgorithmus kann maßgeblich zum Verständnis der Peripherie des Extremismus beitragen. Nutzer*innen leitet er auf neue Videos weiter, Kanälen beschafft er neue Nutzer*innen und YouTube profitiert von längeren Verweildauern auf der Plattform.

In dem Test des Empfehlungsalgorithmus dieser Studie empfahl YouTube in 70.530 von 108.875 Fällen zu einem Video aus dem Cluster der Peripherie ein weiteres Video aus dem Cluster. Das bedeutet, YouTubes Empfehlungsalgorithmus leitet Nutzer*innen signifikant häufiger zu weiteren Videos aus dem Cluster, nachdem Nutzer*innen ein einzelnes Video innerhalb des Clusters angeschaut haben (siehe Abbildung 5, oben rechts „Nächstes Video“). YouTube sieht also die Wahrscheinlichkeit am höchsten an, dass Nutzer*innen, sobald sie das Cluster einmal „betreten“ haben, dieses nicht unbedingt zeitnah wieder verlassen (werden). Das bestärkt nicht nur die Theorie, dass die ausgewählten Kanäle ein abgesondertes Cluster in der YouTube-Landschaft bilden, sondern spricht auch dafür, dass YouTube diesen Prozess

durch seine Empfehlungspraktik funktional begünstigt.

Untersucht wurde, welche Videos auf YouTube empfohlen werden, wenn ein Video angesehen wurde, das von einem Kanal aus dem Peripheriecluster stammte. Wie treffsicher YouTubes Algorithmen sind, zeigt sich darin, dass nahezu alle Videos im unmittelbaren Bezug zum Islam stehen – auch Videos, die von Kanälen außerhalb des Peripherieclusters stammen. Einige wenige Ausnahmen gibt es dennoch: So findet sich zum Beispiel auf Platz 22 der am häufigsten empfohlenen Videos außerhalb des Clusters im Empfehlungszeitraum die vom ZDF produzierte Terra-X-Dokumentation „Wie Drogen die Welt verändern“.²⁶

²⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=9Kd47kklO78> (Abgerufen am 26.11.2019).

YouTube schreibt aktuellen Videos ein besseres Ranking zu, wie in einer anderen Studie bereits ermittelt wurde.²⁷ Die ZDF-Dokumentation ging wenige Tage vor der Empfehlungsanalyse online. Bei einem Vergleichstest wenige Wochen später wurde sie nicht mehr empfohlen. Insgesamt 2,49 Prozent der empfohlenen Videos wurden in der Woche vor der Analyse hochgeladen. Alle Empfehlungen ohne direkten Islambezug finden sich in dieser Kohorte. Das bedeutet, dass es ein kurzes Zeitfenster gibt, auch mit inhaltsfremden Videos im Peripheriecluster wahrgenommen zu werden. Beweist sich ein entsprechendes Video allerdings nicht als relevant genug für die Nutzer*innen des Clusters, verschwindet das Video wieder aus den Empfehlungen des Algorithmus. Das Zeitfenster, neben Videos des Peripherieclusters empfohlen zu wer-

den, ist knapp bemessen und der Anteil der empfohlenen Neu-Uploads mit 2,49 Prozent verschwindend gering. Gründe für die einseitigen Empfehlungen mögen darin liegen, dass entsprechende Videos innerhalb des Clusters inhaltlich – YouTube achtet auf markante „Keywords“ oder Schlüsselbegriffe im Video – eine große Kongruenz aufweisen und diese Keywords nur selten reichweitenstark von anderen Kanälen besetzt werden. Der Empfehlungsalgorithmus mag zwar präzise sein, im Kontext des von uns identifizierten Clusters einer Peripherie des Extremismus ist er aber auch problematisch. Durch die immer neue Empfehlung extremistischer Videos aus diesem Cluster wird ein Radikalisierungsprozess möglicherweise mangels anderer aufgezeigter Alternativen begünstigt.

²⁷ Rieder, Bernhard, Ariadna Matamoros-Fernández und Óscar Coromina (2018). From ranking algorithms to 'ranking cultures': Investigating the modulation of visibility in YouTube search results. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol 24(1), 56.

b | Empfehlungen in die Blase hinein

Bisher wurden in diesem Report potenzielle Verbindungen über Empfehlungen aus dem Cluster heraus beschrieben. Es stellt sich aber auch die Frage, von welchen Kanälen des Netzwerkgraphen Empfehlungen in die Blase hinein auszumachen sind. Solche Empfehlungen sind mit der angewandten Methodik schwer nachweisbar. Dies spricht einerseits für die Isolation des Clusters, andererseits zeigt es aber auch die Grenzen der verwendeten Methodik auf. Wenn YouTube den Nutzer*innen Empfehlungen anzeigt, basieren diese in der Regel auf einer Vielzahl individueller Faktoren. Eine Rolle spielt dabei unter anderem der genaue Nutzerstandort, die Suchhistorie, die getätigten Abonnements und die bisher angeschauten Videos. Diese Faktoren wurden bei der Analyse im Rahmen dieser Studie notwendigerweise ausgeschlossen, um eine Vergleichbarkeit der Studie herstellen zu können.

Ohne Genaueres über den*die Nutzer*in zu wissen, empfiehlt YouTube also tendenziell eher unverfängliche und vor allem in vielen verschiedenen Nutzergruppen populäre Inhalte. So ist es wenig erstaunlich, dass die Empfehlungen von YouTube ohne detaillierte „Kenntnisse“ über die Interessen der Nutzer*innen bei beispielsweise Musikvideos

keine Empfehlungen aus dem Cluster der Peripherie anzutreffen sind. Die Empfehlungsanalyse zeigt jedoch auch mindestens zwei Kanäle ohne extremistische Inhalte auf, zu denen YouTubes Algorithmus auch Videos aus den Peripheriekanälen als plausible Empfehlung ansah: 9,2 Prozent der zu „Eurasian Muslima“ empfohlenen Videos führen ins Peripheriecluster. Bei „Salsabil al-Almaniya“ sind es sogar 24,4 Prozent. Diese Kanäle sind explizit kein Teil des Clusters, könnten aber, ohne dass diese es bezwecken, als Brückkanäle bzw. *Gateway* Kanäle dienen.

„Eurasian Muslima“ und „Salsabil al-Almaniya“ sprechen ein Publikum an, das auf der einen Seite überdurchschnittlich häufig Beauty- und Lifestyle-Vlogs²⁸ von YouTuber*innen schaut, gleichzeitig aber auch mehr über den Islam erfahren möchte, über eine Konversion nachdenkt oder auf der Suche nach deutschsprachigen muslimischen Vorbildern ist. Aufgrund von YouTubes Empfehlungspraxis und fehlender Alternativerzählungen wird dieses Publikum aber innerhalb des Clusters mit islamistischen und salafistischen Inhalten konfrontiert, deren extreme Aussagen hinter unscheinbar klingenden Videotiteln häufig nur schwer zu erkennen sind.

²⁸ Vlogs ist die geläufige Form von sogenannten Video-Blogs, eine Art Video Tagebuch.

Eine Empfehlungsrate von peripheren Inhalten von 9,8 beziehungsweise 24,4 Prozent unter nicht-extremistischen Beiträgen ist deutlich, zumal zum einen der Algorithmus bei dem gewählten Versuchsaufbau tendenziell eher zu unverfänglicheren Videos als Empfehlung neigt und zum anderen die Rate unter bestimmten Videos der beiden noch deutlich höher liegt. Besonders zahlreich sind die extremistischen Empfehlungen bei Videos, in denen die beiden YouTuber*innen über ihren Glauben sprechen. 40,38 % der empfohlenen Videos unter dem Video „10 TIPPS UM NIE WIEDER FAJR ZU VERPASSEN [sic!]“²⁹ der „Eurasian Muslima“ wurden von Kanälen aus dem Peripheriecluster hochgeladen. Zu dem Video „SUNNITEN,SHIITEN ODER SALAFISMUS, WAS IST NUN RICHTIG?!? [sic!]“³⁰ sind 37,5 % der Empfehlungen von YouTube aus dem definierten Cluster, was der inhaltlichen Aussage der „Eurasian Muslima“ im Video widerspricht: Dort geht sie darauf ein, dass eine sunnitische, schiitische oder

salafistische Verortung für sie nicht relevant sei, während die daraufhin vom Algorithmus empfohlenen Videos ganz im Gegenteil eine bestimmte sunnitische Glaubensauslegung als die einzig legitime propagieren.

Betrachtet man die zur „Eurasian Muslima“ und „Salsabil al-Almaniya“ getätigten Empfehlungen genauer, bestätigt sich die These, dass diese Kanäle primär für Nutzerinnen interessant sind. Daher empfiehlt der Empfehlungsalgorithmus fast ausschließlich Videos von Peripheriekanälen mit vermeintlich frauenspezifischen Inhalten wie „So wird dein Mann dich lieben-Welche Dinge hasst der Mann an seiner Frau?“³¹ des Salafistenpredigers Abul Baraa oder „Kopftuchverbot: Steht das Kopftuch im Qur’ān?“³² des mit Hizb-ul-Tahrir in Verbindung gebrachten Kanals „Realität Islam“. „Männerspezifische“ Empfehlungen konnten mit der Methodik nicht gefunden werden.

29 <https://www.youtube.com/watch?v=C3gZzPATVuA> (Zuletzt am 26.11.2019 abgerufen, zu diesem Zeitpunkt auf „privat“ gestellt, zuvor war das Video offen verfügbar).

30 <https://www.youtube.com/watch?v=7g-A949tjWo> (Abgerufen am 26.11.2019).

31 <https://www.youtube.com/watch?v=I0lbD3otPEo> (Abgerufen am 26.11.2019).

32 https://www.youtube.com/watch?v=_M2PVfr4s_E (Abgerufen am 26.11.2019).

Die Netzwerkanalyse zeigte, dass sich im unteren Teil des Netzwerkgraphs Wissens- und Fernsehdokumentationsangebote insbesondere in Richtung Peripheriecluster häufen. Auch in den Empfehlungen tauchen entsprechende Dokumentationen immer wieder auf. Bis auf einige Ausnahmen von viralen Videos zum Zeitpunkt der Analyse handelt es sich bei allen Videos um Dokumentationen oder Wissensvideos über den Islam in Deutschland oder um nachrichtenbezogene Themen über den Nahen Osten. Obwohl die Beziehung zu Dokumentarfilmen

ambivalent zu sein scheint, wie eine Stichprobe der Kommentare von Nutzer*innen, die mit dem Peripheriecluster verbunden sind, zeigt, haben Nachrichten- und Infotainment-Inhalte zumindest einen gewissen Einfluss auf das Peripheriecluster des Extremismus. Für Träger der Extremismusprävention können diese Erkenntnisse eine Möglichkeit sein, in das Cluster vorzustoßen und Alternativnarrative zu platzieren. Im folgenden Abschnitt werden die Inhalte der Videos im Cluster explorativ betrachtet.

5 | Qualitativer Blick auf die „digitale islamistisch-salafistische“ Ummah

Es wurde bereits ein Konglomerat an Kanälen identifiziert, das auf der Basis der oben beschriebenen Netzwerkanalyse eindeutig eine Informationsblase bildet. Das vorläufige First Impression Screening (FIS) führte zur Arbeitshypothese, dass es sich bei den 210 gesammelten YouTube Kanälen um ein Cluster handelt, das mit dem Arbeitsbegriff einer „Peripherie des religiös begründeten Extremismus“ bezeichnet werden kann. Dabei stellte sich in einer tiefergehenden qualitativen inhaltlichen Analyse heraus, dass die „Top 25“ Kanäle dieses Clusters in ihrer diversen Zusammensetzung pauschal weder als „islamistisch“ noch „salafistisch“ charakterisierbar sind. Es handelt sich um eine Mischzone, in der auf der Inhaltsebene moderatere, islamische Glaubensaussagen und Frömmigkeitsideale neben radikalen und stellenweise auch extremistischen Positionen stehen. Im Oktober 2019 setzt sich das Cluster der „Top 25“ aus den folgenden Kanälen zusammen:

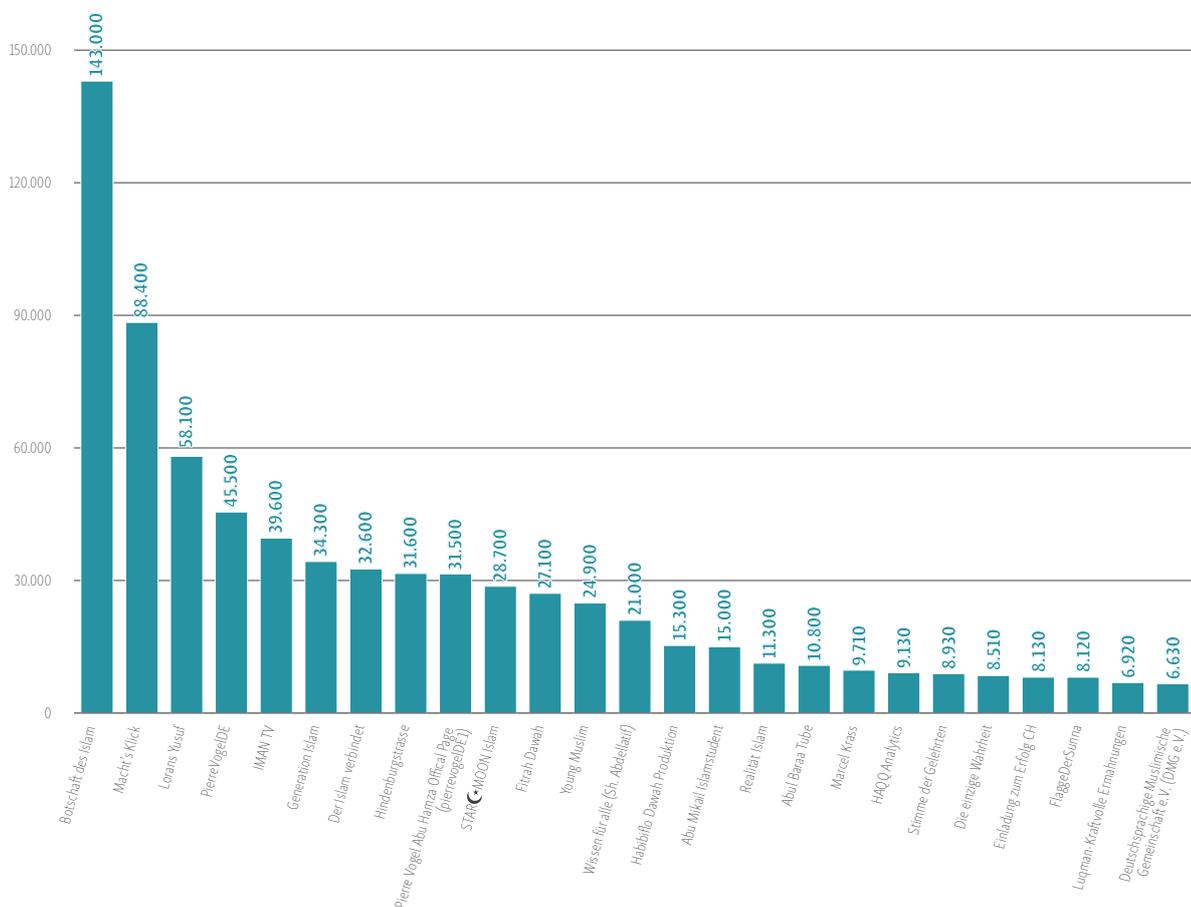


Abbildung 5: Auszug der Abonnements der „Top 25“ Kanäle im Oktober 2019

a | Drei inhaltliche Gruppen innerhalb des Peripherieclusters

Im Sinne der projektleitenden Prämisse „Do no harm“ standen die Projektdurchführenden daher vor der besonderen Herausforderung, für die Spezifizierung dieser Kanäle zutreffende Kriterien, Definitionen sowie eine angemessene Sprache der Beschreibung zu finden. Aus diesen theoretischen Vorüberlegungen und der bisherigen Auswertung der qualifizierten inhaltlichen Analysen der „Top 25“ Kanäle des Peripherieclusters resultiert eine Einordnung der Kanalsammlung, die im Folgenden näher begründet wird:

- | Kanäle, die eindeutig salafistisch geprägte Inhalte verbreiten, auf denen auch bekannte Akteure des salafistischen Milieus in Deutschland aktiv sind.
 - | Inhaltlich eindeutig islamistisch geprägte Kanäle der Hizb ut-Tahrir Bewegung.
 - | Kanäle, in deren verbreiteten Inhalten zumindest Versatzstücke islamistischer oder salafistischer Glaubensüberzeugungen deutlich werden. Wir kennzeichnen sie im Folgenden als hybride Missionskanäle bzw. Hybridkanäle.
- Alle drei Gruppen können in weitere Unterkategorien auf der Akteurs- und Kanalebene differenziert werden. So ist es z.B. sinnvoll, in der ersten Gruppe zwischen der Vernetzung des salafistischen Trios Pierre Vogel, Marcel Krass und Abul Baraa zu unterscheiden, die offenbar enger zusammen agieren und anderen salafistischen Predigern, die eher isoliert agieren. In der Gruppe der islamistischen Kanäle sollte zudem neben der Hizb ut-Tahrir auch auf Kanäle geachtet werden, die vom türkisch-nationalistischen Islamismus bestimmt sind. Darüber hinaus ist für alle drei Kanalgruppen noch die erweiterte transnationale Perspektive wichtig, z.B. mögliche Einflüsse aus Großbritannien, der Balkanregion, Saudi-Arabien und den anderen Golfstaaten.

b | Themenzentriertes Verhalten der Nutzer*innen

Die bisherigen Analysen zeigen jedoch auch, dass für das Publikum dieser Informationsblase diese Unterscheidungen vermutlich nicht wesentlich für ihre Suche und ihre Präferenzen sind. Vielmehr interessieren sich die YouTube Nutzer*innen in diesem Peripheriecluster für die behandelten Themen und Inhalte. Viele Nutzer*innen sehen Videos diverser Kanäle und wechseln zwischen den Kanälen aus allen drei Gruppen. Daher wurde für den weiteren Verlauf dieser explorativen Studie die kanalübergreifende themenzentrierte Inhaltsanalyse als der viel-

versprechendste Ansatz für eine zutreffende Einstufung intensiviert. Zwei Fragen können bei dem aktuellen Stand der explorativen Studie bereits geklärt werden:

- 1 Welche Gemeinsamkeiten haben die drei identifizierten Kanalgruppen?
- 2 Welche inhaltlichen Orientierungen geben die Hybridkanäle der dritten Gruppe, die nicht eindeutig mit den bisher gängigen Kategorien eingestuft werden können?

c | Themen und Inhalte der YouTube Kanäle

In dieser Studie ergibt sich das folgende zusammenfassende Bild: Sämtliche „Top 25“ Kanäle im Peripheriecluster sind inhaltlich stark missionarisch aktiv und grundsätzlich im sunnitischen Islam verwurzelt. Auf den ersten Blick erscheinen die Titel und Themen vieler Videos sehr un-
verfänglich. Nach dem FIS ergibt sich jedoch folgende Charakterisierung:

Die Mehrzahl der Videos sind nicht-dschihadistisch, allerdings antischiitisch sowie von einer Ablehnung sufischer Glaubensformen als „Unglaube“ geprägt. Einen gleichberechtigten Dialog bzw. einen Trialog auf Augenhöhe mit Christen und Juden (wie sie nach den Prämissen verschiedener christlicher, jüdischer und muslimischer Institutionen und Akteure formuliert werden) wird in den Videobeiträgen im Cluster der „Top 25“ abgelehnt. Geschlechtertrennung und Verschleierung werden als Gottes Wille gepredigt. Grundsätzlich wird den öffentlichen Medien in Deutschland ein islamfeindliches Verhalten mit falschen Darstellungen des Islams und einer Verschleierungstaktik zu Vorfällen der Diskriminierung von Muslim*innen sowie Islamhetze unterstellt. Weiterhin werden die neu gegründeten islamischen Institute und ihre Lehrenden in Deutschland angegriffen. Allgemein prägend ist auch eine kritische

oder sogar ablehnende Position gegenüber dem deutschen Schul- und Universitätssystem.

Im Rahmen vieler Videos werden zudem Krisen auf der persönlich-individuellen, familiären oder gesellschaftlichen Ebene diagnostiziert. Die Gefahr, als Sünder*in zu sterben und im Jüngsten Gericht verurteilt zu werden sowie die Vorzüge des Paradieses werden in diesem Zusammenhang gerne bemüht. Die Apokalypse und die ständig drohenden Strafen der Hölle sind zentrale argumentative Elemente. Angesprochen werden schwerpunktmäßig nicht nur Jugendliche, sondern auch junge Erwachsene und Familien, zumeist mit Migrationshintergrund aus islamisch geprägten Ländern. Viele Videobeiträge setzen auch ein kulturell in der Türkei verwurzelt Publi-
kum als primäre Zielgruppe voraus.

Die bisherige Sichtung des Videomaterials ergibt in der Themenbehandlung ein sehr einheitliches Spektrum von klaren Antworten, was im Islam geboten und was verboten sei. Die Prediger und Vortragenden sind, soweit bislang erfasst, ausschließlich Männer, die mit einem autoritären Sendungsbewusstsein auftreten. In ihren Predigten behaupten sie, die „einzige wahre Lehre des Islams“ zu verkünden. Da die theologische Ausbildung und Referenzen der Prediger häufig unbekannt bleiben, erfolgt ihre Anerkennung offenbar durch die Akzeptanz und Beliebtheit bei ihrem YouTube Publikum. Vergleicht man zusammenfassend diese Auflistung von Merkmalen, so stimmen viele Punkte mit der Charakterisierung überein, wie sie z.B. von Rauf Ceylan und Michael Kiefer für salafistische Strömungen in Deutschland beschrieben werden.³³

Insgesamt ist ein Trend zur Verschleierung bzw. effektiven Tarnung der extremen Aussagen, der pauschalen Ablehnung der deutschen Gesellschaft und Diffamierung Andersdenkender beobachtbar. Dies äußert sich z.B. darin, dass:

- | die Überschriften sehr unverfänglich erscheinen,
- | die Inhalte selbst kaum „militant“ gestaltet sind,
- | die Argumentation subtiler konstruiert ist,
- | Präsentation, Vortragsstil und Layout häufig sehr professionell wirken,
- | darauf geachtet wird, dass nicht gegen Gesetze verstoßen wird bzw. ein Konflikt mit den Community-Regeln von YouTube verhindert wird sowie
- | häufig die in einschlägigen salafistischen Kanälen zitierten Referenzen zu salafistischen Autoritäten und Quellen fehlen.

³³ Ceylan, Rauf und Michael Kiefer (2013). Salafismus. Fundamentalistische Strömungen und Radikalisierungsprävention. Bonn, BpB Lizenzausgabe, Wiesbaden 2013. Ceylan, Rauf und Michael Kiefer (2018). Radikalisierungsprävention in der Praxis. Antworten der Zivilgesellschaft auf den gewaltbereiten Neosalafismus. Wiesbaden.

| Perspektive Religion und Theologie

Zur primären Zielgruppe gehören nach wie vor Menschen, die gebürtige Muslim*innen sind. Häufig setzen die Beiträge soziokulturell einen türkischen Ursprung voraus. Alle YouTube Projekte innerhalb des Clusters haben aber auch das Ziel, Mission unter Nichtmuslimen durchzuführen. Dazu erfolgt in den Videos eine deutliche Abwertung aller anderen Religionen und nichtreligiösen Lebensformen. Einige Kanäle, wie z.B. „STARCMOON Islam“ oder „Fitrah Dawah“ setzen sich sehr direkt mit dem Christentum und christlichen Missionaren auseinander. Um Dialog nach den Prinzipien, wie sie z.B. Initiativen der protestantischen und katholischen Kirchen gemeinsam mit jüdischen und islamischen Verbänden und Persönlichkeiten formuliert haben, ist man nicht bemüht.

Sämtliche Kanäle führen ihre Wurzeln auf den sunnitischen Islam zurück, mit dem Fokus auf Koran und Sunna sowie den Lebensvorbildern des Propheten und seiner Gefährt*innen. Schiitische oder sufische Glaubensüberzeugungen werden strikt abgelehnt, als minderwertig und sektiererisch bezeichnet oder überwiegend verschwiegen. Insgesamt ist jeder Kanal um eine sehr homogene Darstellung des Islams ohne Spannungen, Widersprüche oder offene Fragen, die nicht eindeutig beantwortet werden können, bemüht. Ein gemeinsames Ziel ist die Betonung einer einheitlichen gemeinsamen Ummah.

Das Selbstbewusstsein der Vortragenden in den Videos ist durch ein starkes Sendungsbewusstsein geprägt, das, bei aller Bescheidenheit, mit der man sich darstellt, inhaltlich häufig durch eine tiefe eigene Selbstüberhöhung geprägt ist und Botschaften vermittelt

wie: Gott sei mit ihnen! Sie hätten angeblich alleine Recht und würden folglich auch von Gott belohnt werden. Gott werde ihnen letztendlich zum Erfolg und Sieg verhelfen. Jegliche Kritik gegen sie sei daher als Bestätigung dafür aufzufassen, dass man auf dem richtigen Weg ist.

In der dichotomen Argumentation dominiert eine Theologie der Angst. Schwerpunktthemen und Stichworte sind: Himmel und Hölle, Engel registrieren alle Taten, der personifizierte Teufel darf mit Allahs Duldung verführen, Sünde und rechtschaffenes wahres muslimisches Leben, Schuld durch Verführung der Brüder und Schwestern – Vorbild für andere, Betrug und Zerstörung der Ummah – Leben in Rechtschaffenheit, Gott straft – Gott ist barmherzig und belohnt diejenigen, die die Deutungsweise in den Botschaften des jeweiligen Kanals übernehmen.

| Perspektive Gender

Die bislang gesichteten Beiträge werden ausschließlich von Männern und Männern vorgetragen. Die Themen selbst sind jedoch auch auf spezielle Fragen und Interessen von Frauen ausgerichtet. Offenbar scheint das Thema „richtige“ Kleidung und Verhalten der muslimischen Frau ein wichtiger Schwerpunkt zu sein. Insbesondere mit Blick auf das Kopftuch, das verhüllt, sowie auf die vielen Möglichkeiten der Begegnungen von Frauen und Männern in der deutschen Gesellschaft äußern sich sämtliche Kanäle restriktiv und einseitig. Das Themenspektrum der Kanäle zum Thema „muslimische Frau“ erfasst z.B.: die korrekte Verhüllung, zurückgezogenes Leben, Freundschaft, Keuschheit, Ehre, Liebe, Heirat, Ehe, Kindererziehung. Umfassend wird die Frau als ein Wesen dargestellt, das in der Öffentlichkeit vielfältigen Gefahren ausgesetzt ist, was bereits in islamischen Quellen belegt sei. Daher müsse sie besonders geschützt werden. So empfiehlt

beispielsweise der Kanal „Macht's Klick“ Musliminnen einen „digitalen Hijab“, ein umfassendes Verhalten in den Social Media, durch das sie als Frau überhaupt nicht erkennbar sein sollten.

Auch Männern werden spezielle Geschlechterrollen zugeteilt, die dem klassischen Rollenbild des muslimischen Mannes entsprechen sollen. Für sie gelte ebenfalls eine Form der Verhüllung und Schamhaftigkeit, indem sie sich durch ihr Verhalten und ihre Wahrnehmung in der deutschen Gesellschaft distanzieren. Für sie gelte z.B. auch ein Badeverbot in öffentlichen Schwimmbädern oder im Schwimmunterricht in denen alle Geschlechter zugelassen sind. Die Ratschläge betonen zusammenfassend ein Ideal, in dem die Geschlechter unterschiedliche, ungleichwertige Rollen in der Gesellschaft einnehmen müssen und in der Öffentlichkeit getrennt voneinander leben sollten.

| Perspektive Generationen

Zur Zielgruppe gehören nicht nur Jugendliche, sondern ein umfangreiches Altersspektrum. Angesprochen werden neben Jugendlichen auch junge Erwachsene und junge Familien. Aber auch ältere Personen finden attraktive Beiträge auf den Kanälen, da die angesprochenen Themen häufig generationenübergreifend sind und insbesondere Krisenphasen, wie Arbeitslosigkeit, Ehe- oder Partnerprobleme und Sinnkrisen, ansprechen, die natürlich in jeder Lebensphase auftreten können.

Gemeinsam ist allen Kanälen ein patriarchales Ideal in der Familie. Häufig wird emp-

fohlen, auf ältere Menschen zu hören oder ihrem Vorbild zu folgen. Immer wieder wird der Rat gegeben, während des Ramadans in die Türkei zu reisen oder sich grundsätzlich an der Frömmigkeit und der Religion im Ursprungsland der Familie zu orientieren, statt sich in der deutschen Gesellschaft Vorbilder zu suchen. Innerhalb der Familien sollten die Männer eine große Fürsorgepflicht über Frauen ausüben, insbesondere bei Geschwistern auch die Brüder über das richtige moralische und religiöse Verhalten ihrer Schwestern. Der Begriff Ehre spielt hier weiterhin eine sehr große Rolle neben der Gefahr der Sünde.

| Perspektive Sozialisation

Viele Themen richten sich nicht nur an sozial und wirtschaftlich Gescheiterte. Es wird auch um die gut situierten, beruflich erfolgreichen und familiär fest etablierten Muslim*innen und Nichtmuslim*innen geworben. In diesem Zusammenhang werden häufig die Gefahren der Unterhaltungs- und Konsumwelt heraufbeschworen und der Besuch von Shisha-Bars, Konzerten oder Festivals wie z.B. „Festi Ramadan“ kritisiert. Das Thema Zins-

verbot oder ein modebewusster Lifestyle spielen ebenfalls eine große Rolle. Es wird daher empfohlen, sein Leben vor allem an einer Moschee und den Gebetszeiten auszurichten und vorzugsweise unter deutlich religiös lebenden Muslim*innen Freundschaften und ein Lebensumfeld zu suchen. Über diese religiöse Argumentation wird eine „notwendige“ Abgrenzung zur Mehrheitsgesellschaft propagiert.

| Perspektive Bildung

Nicht nur bildungsferne Menschen werden angesprochen. Es sind viele Beiträge zu finden, die auch für ein intellektuelles und gebildetes Publikum produziert werden. Allerdings wird das deutsche Bildungssystem häufig kategorisch abgelehnt. Insbesondere die neu gegründeten Institute für islamische Religionspädagogik und ihre Dozent*innen werden genannt und immer wieder zum Ziel von Angriffen. Trotzdem wird empfohlen, das deutsche Bildungssystem zu nutzen, um eine berufliche Karriere aufbauen zu können und

damit den Einfluss des Islam stärker in der deutschen Gesellschaft durchzusetzen.

Die Beiträge sind so gestaltet, dass die Botschaft auf eine klare eindeutige Schuldzuweisung, Haltung und Handlungsanweisung hinauslaufen. Weiterführende Hinweise dienen nur zur Festigung und Vertiefung der jeweiligen Position. Wie bei allen erwähnten Themen, werden daher die Hintergrundinformationen oder kontroverse Position bewusst ausgeblendet oder verzerrt.

| Perspektive Krisen, Konflikte und Apokalypse

In vielen Beiträgen wird vorausgesetzt, dass das Publikum mit Problemen kämpft und schwere Krisensituationen bewältigen muss. Dabei wird ein breites Spektrum von Themen aufgegriffen. Die Botschaften der Kanäle sind auf seelsorgerische Bereiche und religiöse Bedürfnisse ausgerichtet, die generationenübergreifend sind. Thematisiert wird eine allumfassende Krisensituation der Welt in politischer, wirtschaftlicher, kulturell-religiöser und ökologischer Perspektive sowie im persönlichen Leben. Eine Untergangsstimmung wird entfaltet, in der es nur eine Rettung gibt: die „Rückkehr zum Islam“.

Eine solche Krisenstimmung passt zu einem Verständnis von islamischer Heilsgeschichte

und Apokalypse, das in vielen Kanälen der Peripheriesammlung umfangreich thematisiert oder implizit als Geschichtsbild vorausgesetzt wird: Allahs Schöpfungsprozess sei verbunden mit der Erschaffung der Engel, Jinns und schließlich der Menschen. Zunächst träten in diesem Zeitalter der Dschahiliyya, dem Zeitalter der Unwissenheit, eine lange Reihe von Propheten auf, die die Menschheit warnen und Allahs Botschaft verkünden. Leider werde diese Botschaft immer wieder von den Menschen korrumpiert. Schließlich erführen die Menschen über den Propheten Muhammad ein letztes Mal die wahrhaftige vollkommene Botschaft Allahs mit der Offenbarung des Korans. Für kurze Zeit sei ein goldenes Zeitalter angebrochen, das in den

folgenden Jahrhunderten erneut zerstört werde. Das aktuelle Zeitalter sei durch die Dominanz des Westens mit Kolonialismus, Sklaverei, Ausbeutung und struktureller Gewalt insbesondere gegenüber islamischen Ländern und Muslim*innen geprägt. Muslim*innen litten daher auch unter einem postkolonialen Trauma und Gefühlen von Rückständigkeit und Minderwertigkeit. Dem Westen gehe es dagegen gut. Letztendlich müsse man sich als Muslim*in doch um eine bessere Gesellschaft bemühen, auch wenn es aussichtslos scheint. Das sei stimmig mit dem Verlauf der Welt nach dem Plan Allahs, denn die Welt sei dem Untergang bestimmt. In der Endzeit würden die wahren Muslime gemeinsam mit dem zurückgekehrten Propheten Jesus gegen Christen, Juden und alle

anderen kämpfen und siegen. Eine neue glorreiche Zeit werde für kurze Zeit beginnen, bis das Jüngste Gericht mit der Entscheidung Himmel oder Hölle alles abschließe.

Offenbar erfüllen so die YouTube Narrative der Kanäle in der Peripheriesammlung sehr gut die emotionalen Bedürfnisse ihres Publikums und setzen einen aus deren Sicht stimmigen historischen Rahmen. Obendrein kann diese heilsgeschichtliche Perspektive auch stark unterhaltsam medial in epischen Videos umgesetzt werden.³⁴ Die Jinn-Kriege oder historische Narrative über die Gefährten des Propheten und Kriegshelden der islamischen Geschichte sowie Visionen von apokalyptischen Endzeitschlachten sind sehr populäre Umsetzungen des Themas.

| Perspektive Politik und Gesellschaft

Politische Themen und Aktuelles sind nicht mehr so zentrale Themen, wie in den vergangenen Jahren und erhalten, im Vergleich zu anderen Themen, auch durchschnittlich weniger Klickzahlen. Ein roter Faden aller Inhalte ist jedoch die grundsätzliche Ablehnung der deutschen bzw. allgemein westlicher Gesellschaftsformen. Pauschal werden, quasi nebenbei, immer wieder

scharfe Vorwürfe an das politische System gemacht und die Medien diffamiert. Sie seien für Islamhetze und für die allgemeine Diskriminierung von Muslimen in der Gesellschaft verantwortlich. Auch hier werden muslimische Persönlichkeiten häufig namentlich genannt und angegriffen, die in der deutschen Gesellschaft eine aktive Rolle übernommen haben.

³⁴ Siehe Formsprachen „Epische Geschichtenerzähler“.

| Perspektive Feindbilder

Pauschal werden Andersdenkende, andere Religionen, nichtreligiöser Lebensformen, die deutsche Gesellschaft und der Staat immer wieder abgelehnt und diffamiert. Dies geschieht teils offen, in Kampagnen, aber auch immer wieder gut getarnt und als negative Beispiele subtil in Beiträge eingebaut. Zu diesen Feindbildern zählen:

- | Christ*innen, Jud*innen und Anhänger*innen anderer Religionen, sowie säkular lebende Menschen,
- | Muslim*innen, die anders denken und handeln, werden gezielt angegriffen. Beispiele sind die laufende Hijabista³⁵-Kampagne, muslimische Komiker*innen und Künstler*innen, muslimische Blogger*innen, die nicht-religiöse Themen im Netz verbreiten,
- | muslimische Theolog*innen an deutschen Universitäten und muslimische Intellektuelle,
- | Schiiten und Sufis,
- | Rechtsradikale sowie
- | Evangelikale und Missionare.

d | Die hybriden Kanäle

Neben den zuvor genannten Gemeinsamkeiten aller „Top 25“ Kanäle des Peripherieclusters, zeigt die dritte Gruppe, die nicht eindeutig salafistische und islamistische Kanälen zuzuordnen sind, einige Besonderheiten. Zu ihnen gehören die zwei beliebtesten Kanäle des Peripherieclusters: „Botschaft des Islam“ und „Macht’s Klick“. Während die Videos von „Botschaft des Islam“ nicht von einer einzelnen Persönlichkeit geprägt werden, dominiert bei „Macht’s Klick“ eine Identifikationsfigur die Beiträge. Die Vernetzung dieser beiden Kanäle innerhalb des Peripherieclusters und darüber hinaus in den Sozialen Medien bleibt bislang unklar.

In der Gruppe der Hybridkanäle wird, wie in den anderen Gruppen, religiös auf der Basis von Koran und Sunna argumentiert. Gelegentlich sind auch Verweise auf anerkannte klassische sunnitische Lehrwerke oder Hadith-Sammlungen zu hören. Bislang finden sich in der qualitativen Auswertung jedoch keine Hinweise auf beliebte Werke oder Gelehrte aus dem salafistischen Spektrum, was als Zeichen der Legitimation und guter Argumentation für die Gruppe der salafistischen und islamistischen Kanäle typisch ist. Entsprechend selten wird daher auch mit arabischen Begriffen, wie z.B. aqida, manhadj, takfir oder tauhid argumentiert, die ebenfalls für salafistische Beiträge zentral sind und dort häufig genannt oder erklärt werden.³⁶

³⁵ Als Hijabista werden von den Kanälen junge muslimische Frauen bezeichnet, die das Kopftuch in modischer Weise tragen und selbstbewusst in Szene setzen.

³⁶ Maher, Shiraz (2017). Salafi-Jihadism. The History of an Idea. Penguin Books, Random House UK. Said, Benham T. und Hazim Fouad (Hrsg.) (2014). Salafismus. Auf der Suche nach dem wahren Islam. BpB 1454. Bonn. Lohlker, Rüdiger (2016). Theologie der Gewalt. Das Beispiel IS. Wien. Lohlker, Rüdiger (2017). Die Salafisten. Der Aufstand der Frommen, Saudi-Arabien und der Islam. München.

Dennoch weisen viele Aussagen auf Merkmale salafistischer Glaubens- und Lebensdeutung hin. Takfir wird z.B. in den Inhalten der genannten Kanäle nicht erwähnt, aber praktisch permanent praktiziert, indem all diejenigen, die den propagierten Glaubensaussagen nicht zustimmen, als Ungläubige und Sünder*innen verurteilt werden. Auch die salafistische Doktrin von Loyalität und Lossagung bzw. Assoziation und Dissoziation (al-walāʾ wa-l barāʾ) wird als Handlungsanweisung praktisch umgesetzt, ohne genannt zu werden. Apokalyptische islamische Vorstellungen und die drohenden Strafen der Hölle sind ebenfalls ein roter Faden in vielen Videos.

Die klaren, einfachen Handlungsanweisungen und Ratschläge in den Hybridkanälen basieren zudem, wie die Videos der ersten beiden Gruppen, auf einem dichotomen Weltbild von Richtig und Falsch, Gut und Böse, Wir und Ihr, Gläubige und Ungläubige.

Die verkündeten Ermahnungen lassen keine Spielräume für Reflexionen. Hinweise auf weitere Optionen, die man als nach einer Antwort Suchender auch in Betracht ziehen sollte, geben Hybridkanäle nicht. Es gilt: Eindeutigkeit statt Mehrdeutigkeit.

Die bislang untersuchten Videos von Hybridkanälen halten sich zudem mit politischen Stellungnahmen zurück. Ihre Botschaften sind von missionarischem Sendungsbewusstsein geprägt und oftmals auf islamische Lebenshilfe, Seelsorge und die Entwicklung einer gleichförmigen Frömmigkeit ausgerichtet. Beim derzeitigen Stand der Analyse erscheinen daher die Inhalte der hybriden Kanäle vom salafistischen und wahhabitischen Denken geprägt zu sein, wobei es viele Anknüpfungspunkte zu allgemein verbreiteten fundamentalistischen, konservativen oder orthodoxen Moralvorstellungen und Theologien gibt.

Weitere themenzentrierte Analysen im Peripheriecluster werden wahrscheinlich ein differenzierteres Bild dieser ersten Orientierungen und Thesen ergeben und möglicherweise noch weitere Themen und Kampagnenblöcke zum Vorschein bringen. Insgesamt begegnet den Nutzer*innen innerhalb des Peripherieclusters eine sehr homogene Islaminterpretation ohne große Widersprüche und Spannungen, wie sie im breiten Spektrum des Islams außerhalb dieser Informations-

blase und im realweltlichen Kontext seit der Entstehung des Islams prägend sind. Dieses deutschsprachige Cluster ist auf dem besten Wege, eine digitale Ummah mit einem einheitlichen Islamverständnis zu etablieren, das den Wunschvorstellungen salafistischer Ideale sehr nahekommt. Im folgenden Abschnitt wird auf die für diese inhaltlichen Aussagen genutzten Formensprachen des Clusters eingegangen.

6 | Vielfalt der Formensprachen

Epische Geschichten, anāshīd oder der „freundliche Imam von Nebenan“ – Online-Dawah Videos sind heute so divers wie ihre Zielgruppen. Dabei überrascht die Polyphonie der unterschiedlichen Formen, Stile und Persönlichkeiten. Die Formensprache der Peripherie des Extremismus bildet die ganze Bandbreite der YouTube-Landschaft ab. Ausgerichtet auf die jeweilige Zielgruppe und die verschiedenen Geschmäcker des Publikums werden Formensprache und Stil,

aber auch Thema und Sprache angepasst. Oft benutzen dieselben Akteure, Prediger und auch Kanäle mehrere der Formensprachen um eine größtmögliche Wirkung zu erzielen. Im folgenden Abschnitt werden explorativ einige typische Formensprachen aufgezeigt, ohne einen Anspruch auf eine Vollständigkeit zu haben. Die YouTube-Landschaft und Szenen sind ständig in Bewegung und eine tiefere technische Analyse des Materials war im Rahmen des Projekts nicht möglich.

a | Der freundliche Imam von Nebenan – Lehrmeister – traditionaler Prediger

Um den Einstieg in die Peripherie des religiös begründeten Extremismus möglichst niedrigschwellig zu gestalten, geben sich viele Creators nahbar und kumpelhaft. Ohne schwierige Koranzitate und Hadithe vermitteln sie Inhalte klar, verständlich und in einfachen Worten. Unter Zuhilfenahme vieler Beispiele wird an der direkten Lebenswelt der Nutzer*innen erklärt, wie sich gläubige Muslim*innen in ihrer Interpretation der Religion verhalten sollen. Stilistisch sind die Videos einfach gehalten. Ein

schlichter Hintergrund mit einem Sprecher, der unaufgeregt erzählt. Meist sind diese Videos nur zwischen zwei und zehn Minuten lang und haben einen für Jugendliche zugänglichen „Instagram“-Look(hochkant, wie mit dem Smartphone gefilmt). Ansonsten treten die Identifikationsfiguren gerne vor Regalen voller Bücher oder in der freien Natur auf, möglicherweise um Gelehrsamkeit oder Verbundenheit zur Schöpfung zu symbolisieren.

b | Aufgezeichnete Predigten

Aufgezeichnete Predigten sind eine klassische Formensprache, die nicht viel Aufwand in der Produktion benötigt. Bei einer Predigt auf Deutsch in der Moschee läuft eine Kamera, frontal auf den Prediger gerichtet, das Publikum wird nicht gezeigt. Bei manchen Videos wird die Predigt nachträglich mit Musik oder Soundeffekten hinterlegt, um eine erhöhte Emotionalisierung zu erzielen. Inhaltlich werden äußerst anschauliche Beispiele verwendet. Die Videos sind meist etwas länger als die Clips anderer Stilrichtungen, die kürzeren in der Regel zehn Minuten, aber auch 50 Minuten sind

nicht außergewöhnlich. Eine Chutba (auf Deutsch auch „Freitagspredigt“ genannt) ist beispielsweise zwischen 20 und 40 Minuten lang. Thematisch drehen sich die Vorträge oft um das „richtige“ muslimische Leben, um Moral und Wertvorstellungen und um die Schöpfungsgeschichte. Neben der einfachen Produktionsweise können die aufgezeichneten Predigten auch dazu dienen, die religiöse Legitimität der predigenden Person in den Augen der Nutzer*innen zu erhöhen. Diese Legitimität wirkt sich dann auch auf die Glaubhaftigkeit der anderen Videos der Akteure aus.

c | Straßen-Dawah

Straßen-Dawah Videos sind ebenso wie die aufgezeichneten Predigten ein sehr klassischer Stil. Einige Kanäle konzentrieren sich fast nur auf diese Form der Glaubensvermittlung und geben Offline sogar „Dawah-Seminare“ die sie vorher in Online Videos bewerben. Durch geschickte Argumentationsstrategien und nachträgliche Schnitte im Video erscheint es in den Clips immer wieder so, als hätten die Dawah-Treibenden zu jedem Zeitpunkt recht behalten und die Passanten (in den Videos oft betitelt als „Atheist“, „Christ“ oder sogar „Missionar“) überzeugt. Für die Nutzer*innen wird so suggeriert, dass der Islam die einzig wahre Religion mit den besten Grundsätzen sei, die für alle Zweifler immer eine Antwort parat habe. Der Sinn ist nicht,

die Passanten tatsächlich zu überzeugen (was jedoch manchmal geschieht und dann teilweise sogar in einer Konversion direkt zelebriert wird), sondern die Nutzer*innen der Videos mit Argumenten in ihren eigenen Ansichten zu bekräftigen. Die Videos sind meist zwischen 20 und 40 Minuten lang und stellen oft einen Teil einer gesamten Kampagne dar. Gerade in der Öffentlichkeit erfahren diese eine große Aufmerksamkeit, so etwa die im Jahr 2017 verbotene „Lies!“-Kampagne, die ebenfalls online zu sehen war. Wird ein Dawah-Betreiber in Videos so dargestellt, als hätte er immer Recht, so kann dies auch eine hohe Überzeugungskraft auf Nutzer*innen ausüben.

d | Epische Geschichtenerzähler

Videos epischer Geschichtenerzähler bestehen vor allem durch ihre mächtige Bildsprache und Wortgewaltigkeit. Die Kanäle nutzen zumeist Bewegtbild-Material aus verschiedenen Computerspielen (Abbildung 8 und 9) und deren Trailern, aber auch Standbilder (Abbildung 10) und Stockfotos sowie teils Fernsehmaterial oder eindrucksvolle Naturaufnahmen und –kamerafahrten, schneiden diese zusammen und hinterlegen die Collagen dann mit aufgenommenen Erzählungen. Die Erzählstimme ist dabei männlich und tief (von einem Kommentator unter einem der Videos als „düster“ und „bösaartig“ beschrieben). Sie soll wohl absichtlich an die Stimmen von Sprechern in Actionfilmtrailern erinnern und ähnelt zusätzlich der akustischen Inszenierung „Gottes“ oder des Propheten in Filmen und Popkultur. Zudem nutzen Videos der Kategorie eindringliche, laute Rufe mit Halleffekten und untertiteln die Videos meist auf Deutsch.

Musikalisch werden die Videos meist von emotionserweckender (Computerspiel) musik oder anāshīd hinterlegt. Die Videos sind meist zwischen zehn und zwanzig Minuten lang und behandeln typischerweise religiöse (sunnitische) Geschichten, die Apokalypse, den Tod und den Teufel, Sünden und Verlockungen, sowie „historische“ Geschichten über „gegnerische“ (islamische) Glaubensschulen. Auch Verschwörungstheorien, Geschichten über die Altvorderen und Jinns und Engel sowie religiöse Verhaltensanweisungen sind häufig grundlegende Bestandteile der Videos. Auffällig ist das sehr beschränkte Nutzen von Koranzitaten und Hadithe, die zur Untermauerung der Geschichten dienen könnten. Daraus lässt sich schließen, dass diese Formensprache weniger auf die Wissensvermittlung über den Islam abzielt, sondern vielmehr versucht, die Nutzer*innen auf einer emotionalen Ebene anzusprechen und abzuholen.



Abb. 7



Abb. 8



Abb. 9

Abbildung 7: Screenshot <https://www.youtube.com/watch?v=VRej7LdjSvU&t=>

Abbildung 8: Screenshot <https://www.youtube.com/watch?v=rCRTs8JipjE>

Abbildung 9: Screenshot https://www.youtube.com/watch?v=_d5QWJclmtg

e | Fernseh-Formensprachen

Im Studioloook oder Dokumentationsstil wird von einigen Kanälen politische Bildung aus ihrer islami(sti)schen Weltansicht betrieben, aber auch religiöse Erklärungen verbreitet. Diese Formensprache soll wahrscheinlich Seriosität und Authentizität ausstrahlen. Das „Studio“ wird mithilfe von Standmikrofonen und Aufstellern entweder simuliert oder mit Hilfe eines Green-Screens nachträglich eingeblendet. In den Videos im Dokumentationsstil werden sich unter anderem Einblendungen aus dem Fernsehen angeeignet und Szenen von verletzten Kindern und Kriegsbilder gezeigt. Werden westliche Historiker*innen

und Wissenschaftler*innen normalerweise als unglaubwürdig und „feindlich“ deklariert, spielt die Bezugnahme auf diese im Dokumentationsstil eine besondere Rolle. In diesem Fall sollen sie wahrscheinlich Legitimität suggerieren. Auch rücken aktuelle politische Themen, die in anderen Formensprachen nur eine sekundäre Rolle spielen, hier vermehrt in den Vordergrund. Thematischer Fokus sind der Syrienkonflikt, ISIS, politische Entscheidungen Westeuropäischer Länder sowie der USA, die Viktimisierung von Muslim*innen auf der Welt und in Deutschland sowie die Vereinbarkeit von Wissenschaft und Religion.

f | Spiegelkanäle (Predigerportale)

Vier der „Top 25“ Kanäle sind Spiegelkanäle,³⁷ so zum Beispiel „Habibiflo Dawah Produktion“ und „Stimme der Gelehrten“. Sie legen sich nicht auf eine besondere Formensprache fest, sondern erfüllen in etwa die Aufgabe eines „Magazins“. Die Kanäle spiegeln hochgeladene Videos anderer Kanäle und übersetzen Predigten aus anderen Sprachen (bzw. untertiteln sie auf Deutsch), während sie kein eigenes Material erstellen. Es stehen weder bestimmte salafistische Prediger im Vordergrund, noch werden die Inhalte interpretiert, ausgewertet oder verlinkt. Spiegelkanäle fungieren so als Orientierungshilfe und Archiv für die interessierte Zielgruppe. Sie sind ausgesprochen aktiv, fast täglich werden Videos hochgeladen. Auch das Alter der gespiegelten Predigten und Videos scheint keine Rolle zu spielen. Wer hinter den Kanälen steht, ist für die Nutzer*innen unklar. Es sind auf den Spiegelkanälen bereits über viele Jahre aktive und die deutschsprachige salafistische Szene prägende Persönlichkeiten, wie Pierre Vogel, Abul Baraa, Neil bin Radhan, Dr. Zakir Naik, Eyad Hadrous, Ibrahim Abou Nagie oder Marcel Krass zu finden. Im Spiegelkanal „Einladung zum Erfolg“ sind auch Videos vom Kanal „Botschaft des Islam“ aufgenommen worden, der im Projekt als hybrider Kanal eingestuft wird.

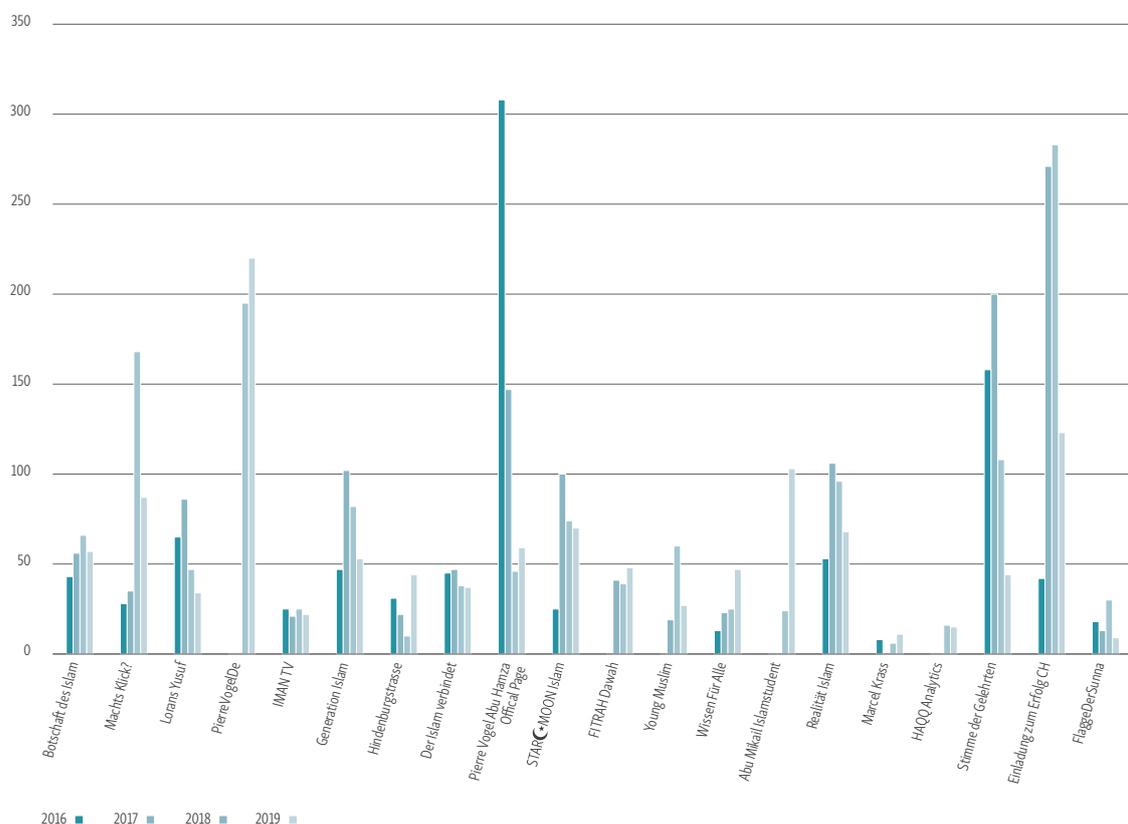
Der Spiegelkanal „Stimme der Gelehrten“ nimmt eine Sonderstellung ein. Auf diesem findet man zumeist wahhabitisch-salafistisch orientierte Prediger aus Saudi-Arabien, deren Vorträge oder Predigten übersetzt mit Untertiteln angeboten werden. Zum Teil sind dies Mitschnitte von Predigten und Vorträgen in Moscheen oder auch von Fernsehsendungen, wie z.B. des saudischen Almajd Channels, der zum Almajd TV Network des saudischen Geschäftsmannes Fahad Abdulrahman Alshimeimri gehört. Dieses Netzwerk von Satellitenfernsehsendungen ist stark salafistisch orientiert und auf unterschiedliche Zielgruppen von Kindern bis zu Erwachsenen hin ausgerichtet.

Der Spiegelkanal „Hindenburgstrasse“, dessen Name sich auf die bekannte salafistische Moschee in der Hindenburgstrasse in Hamburg bezieht, erreicht die höchste Anzahl an Abonnements unter den Spiegelkanälen und verbesserte sich von Platz 14 (Mai 2019) auf Platz 7 am Ende des Projektzeitraumes. Außerdem verfügt dieser Kanal über die vielfältigste Videoauswahl unter den Spiegelkanälen. Sie reicht von Vorträgen der bereits genannten salafistischen Prediger über Aufnahmen von wahhabitisch-salafistischen Predigern, die auch bei „Stimme der Gelehrten“ zu finden sind bis hin zu Mitschnitten aus dem internationalen Raum mit deutscher Übersetzung.

³⁷ Ein Spiegelkanal lädt ausschließlich Videos und Inhalte anderer Kanäle hoch. „Spiegeln“ bedeutet in diesem Zusammenhang, das Hochladen identischer Datensätze.

7 | Zahlen und Bewegungen unter den „Top 25“ Kanälen im Jahr 2019

a | Produktionszahlen von Videos



Die „Top 25“ Kanäle der Peripherie des Extremismus laden eine erstaunliche Menge Videos auf YouTube hoch, dabei bestehen auffallend viele aus neu erstellten Inhalten. Das obenstehende Diagramm zeigt, soweit

es im Jahr 2019 noch rekonstruierbar war, einen Rückblick auf die Zahl der Videos, die von 2016 bis einschließlich November 2019 auf YouTube hochgeladen wurden (zur besseren Lesbarkeit ohne AbulBaraa Tube

(1086 Videos von 2018-2019) und Habibiflo Dawah Produktion (4008 Videos von 2016 bis 2019)). Eine Sondergruppe unter den „Top 25“ Kanälen bilden die oben themati-

sierten Spiegelkanäle. Zu ihnen zählen in der Reihenfolge ihrer Popularität gemessen an den Abonnement-Zahlen 2019:

Abonnements-Rang	Kanal	Videoanzahl total
7	Hindenburgstrasse	1.925
14	Habibiflo Dawah Produktion	10.095
22	Stimme der Gelehrten	1.785
24	Einladung zum Erfolg CH	689

Absoluter Spitzenreiter mit 10.095 Videos ist der Spiegelkanal „Habibiflo Dawah Produktion“, der auch konstant jährlich die meisten Videos einstellt. Ein weiterer salafistischer Spiegelkanal, „Einladung zum Erfolg CH“, erreichte ebenfalls Spitzenwerte, zeigt aber von 2017 an eine deutlich sinkende Zahl von jährlich eingestellten Videos. Da diesen beiden Kanälen eine große Zahl von bekannten Predigern der salafistischen Szene in Deutschland in ihren Videos zeigen, sind diese Zahlen nicht sonderlich überraschend.

Deutlich wird auch, dass salafistische Akteure, wie Pierre Vogel und Abul Baraa, die fleißigsten Videoproduzenten innerhalb der Peripherie sind, wenn ihre jeweiligen eigenen

Kanäle, „Abul Baraa Tube“, „PierreVogelDE“ und „Pierre Vogel Abu Hamza Official Page“, betrachtet werden. Auf „Abul Baraa Tube“ sind zudem im Jahr 2018 mit 957 Videos mehr Videos eingestellt worden, als auf dem führenden Spiegelkanal „Habibiflo Dawah Produktion“ mit 666 im gleichen Jahr neu hinzugekommen sind. Durchschnittlich lud Abul Baraa im Jahr 2018 auf diesem Kanal 2-3 Videos pro Tag hoch, im Jahr 2019 waren es bislang durchschnittlich 2-3 Videos pro Woche. Das produktivste Jahr von Pierre Vogel war hingegen 2016, in dem er im Durchschnitt 5 Videos in der Woche einstellte, 2017 und 2019 sind es aber immer noch etwa 1-2 Videos in der Woche.

Islamistische Kanäle, die die Ideologie der Hizb ul-Tahrir vertreten, wie „Generation Islam“ und „Realität Islam“, liegen konstant im oberen Mittelfeld der Videoproduktion. 2017 war für beide Kanäle mit etwas über 100 Videos das produktivste Jahr im Beobachtungszeitraum 2016-2019. Seitdem sinken die Zahlen bei beiden Kanälen konstant. Die beiden Kanäle produzieren 2019 im Durchschnitt 1-2 Videos pro Woche.

Die beiden führenden Kanäle der „Top 25“ der Peripherie des religiös begründeten Extremismus, „Botschaft des Islam“ und „Macht’s Klick“, werden im Projekt derzeit als hybride Kanäle eingestuft. „Botschaft des Islam“ zeigt eine relativ konstante Produktion von Videos von 2016-2019 zwischen 43 und 66

Videos, also durchschnittlich einem Video pro Woche. „Macht’s Klick“ ist dagegen wesentlich aktiver, beginnend mit nur 28 Videos im Jahr 2016 (35; 2017), einem steilen Anstieg auf 168 Videos im Jahr 2018 und einer um die Hälfte gesunkenen Zahl im Jahr 2019 von 87 Videos. Das sind allerdings immer noch kontinuierlich fast zwei Videos pro Woche. „Macht’s Klick“ und „Botschaft des Islam“ zeichnen sich zudem dadurch aus, dass sie ihre Botschaften und Themen immer wieder in neu produzierten Videos hervorheben. Ein Faktor ihres Erfolges scheint der regelmäßige Rhythmus von ein bis zwei Videos pro Woche und eine Neuproduktion von Videos zu sein, statt, wie es bei Pierre Vogel geschieht, bisweilen auch ältere Videos zu „recyclen“ oder phasenweise inaktiv zu sein.

Ein weiterer Erfolgsfaktor für Kanäle der Peripherie scheint auch die Anzahl hochgeladener Videos zu sein. Von den „Top 6“ Kanälen haben fast alle ein Videoangebot von über 260 Videos. Würden statt der Abos als Maßstab für die Beliebtheit die Zahl der Aufrufe gewählt, dann wird dieser Eindruck bestätigt:

Rang nach Abo	Videos	Rang nach Aufrufen	Videos
Botschaft des Islam	299	Botschaft des Islam	299
Macht’s Klick	324	Lorans Yusuf	267
Lorans Yusuf	267	Hindenburgstrasse	1.925
PierreVogelDE	361	Macht’s Klick	324
Iman TV	103	Pierre Vogel Abu Hamza Offical Page	1.741
Generation Islam	357	Iman TV	103

Eine hohe Anzahl der Videos ist eine Voraussetzung für einen guten Platz in der Beliebtheitsskala. Sie ist jedoch keine Garantie, denn von den Spiegelkanälen hat es nur ein Kanal unter die „Top 6“ geschafft und die Kanäle mit den meisten hochgeladenen Videos tauchen

nur in den „Top 6“ auf, wenn die Aufrufzahlen als Basis für die Rangfolge genommen werden. Der Kanal „Iman TV“ hat es dagegen bei beiden unter die „Top 6“ geschafft, obwohl er bisher nur ein relativ geringes Angebot von 103 Videos hat.

Limitationen: Bei der Einschätzung der Produktion von Videos pro Jahr muss berücksichtigt werden, dass immer wieder auch ältere Videos neu eingestellt werden. Dies trifft vor allem für die Kanäle von Pierre Vogel zu. In einer weiterführenden längeren Analyse der Trends, die über die Ziele der explorativen Studie ABAT hinausgeht, sollte daher eine Korrekturschleife eingebaut werden. Weiterhin ist der Beobachtungszeitraum 2019 in diesem Report noch nicht vollständig erfasst, da der Monat Dezember fehlt. Der fehlende Monat wird die Zahlen aber aller Voraussicht nach nicht wesentlich verändern.

Informationen zu den Zahlen im Diagramm: Es ist möglich, dass Videos hochgeladen und wieder gelöscht wurden. Diese wurden nicht erfasst. Keine Daten steht daher für mehrere retrospektiv nicht kontrollierbare Möglichkeiten:

- | Kanal existierte noch nicht
- | oder Kanal war schon existent, aber keine Videos wurden hochgeladen
- | oder Kanal war existent, aber Videos wurden gelöscht

Abonnenten

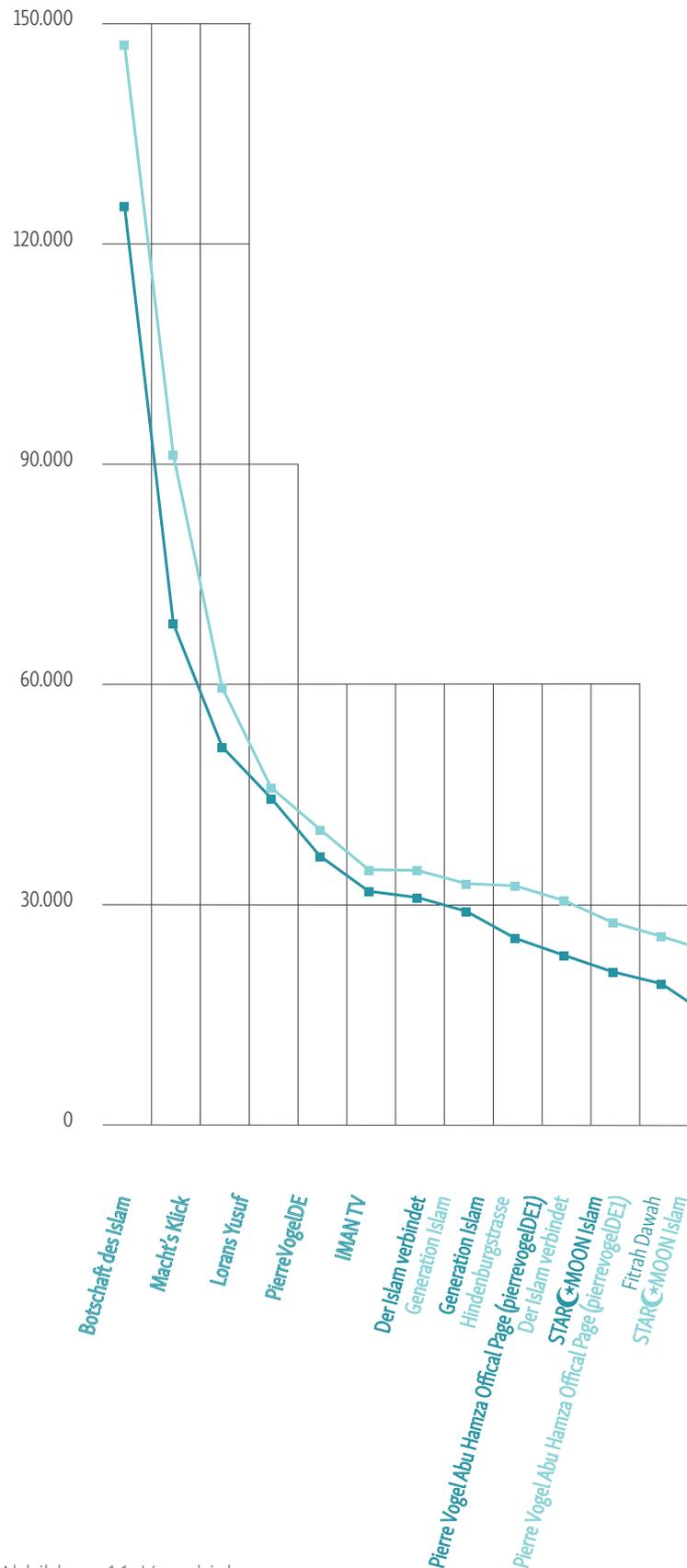


Abbildung 11: Verschiebungen unter den „Top 25“ im Jahr 2019

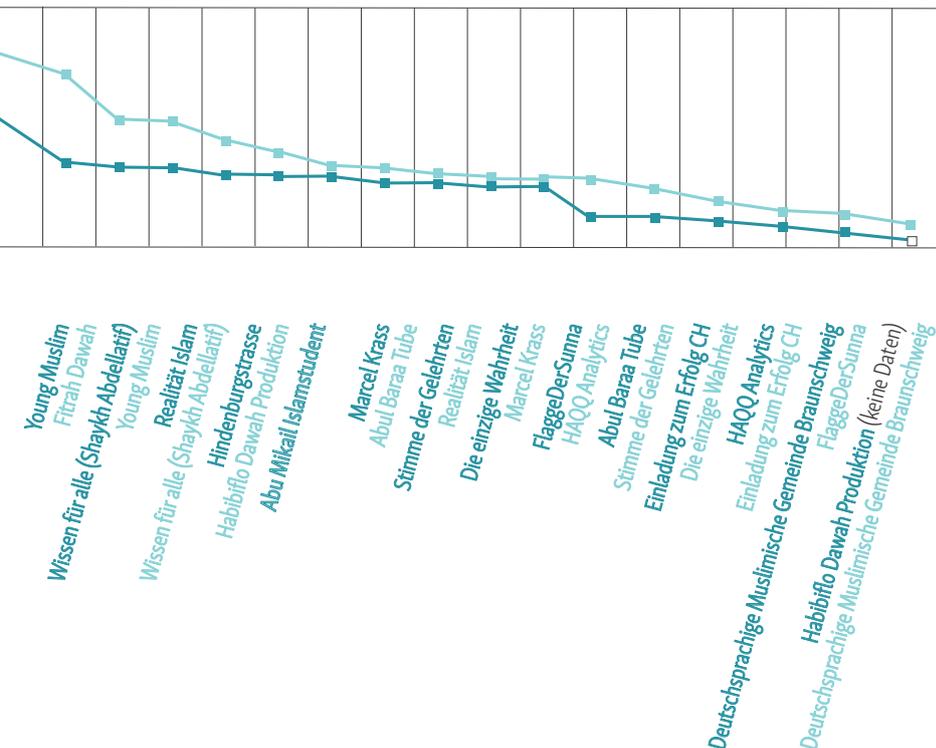
b | Verschiebungen unter den „Top 25“ im Jahr 2019

Große Verschiebungen hat es im Verlauf des Jahres 2019 in der Rangliste nicht gegeben. Konstant führt der Kanal „Botschaft des Islam“ die Liste an. Werden statt die Zahl der Abonnements die Zahl der Aufrufe als Basis genommen, wäre dieser Kanal ebenso führend. So scheint hier tatsächlich der beliebteste Kanal im Peripheriecluster identifiziert worden zu sein.

Auf den Plätzen 2-5 gab es ebenfalls keine Veränderungen in der Rangfolge: „Macht’s Klick“, „Lorans Yusuf“, „PierreVogelDE“,

„ImanTV“. Auf den folgenden Plätzen gab es jedoch einige Sprünge. Der Spiegelkanal „Hindenburg“ verbesserte sich von allen Kanälen am weitesten nach oben, von Platz 19 (April 2019) auf Platz 7 (November 2019). Der Kanal „Abul Baraa Tube“ schaffte ebenfalls eine beachtliche Verbesserung von Rang 20 im April auf 16 im November. Die Hizbul-Tahrir nahen Kanäle zeigten dagegen nur eine unmerkliche Tendenz nach oben; „Generation Islam“ verbesserte sich um zwei Plätze von Rang 8 auf 6, „Realität Islam“ sank sogar um 3 Plätze von 13 auf 17.

■ 08.05.2019
■ 29.11.2019



Zu Beginn des Untersuchungszeitraumes und während des Aufbaus der Datenbank gab es einige Kanäle, die keine Abonnementzahlen veröffentlichten. Diese konnten daher erst im Verlauf des Jahres, als diese Zahlen dann einsehbar waren, in die Rangliste eingefügt werden. Zu ihnen zählen wichtige Kanäle, wie „STARC-MOON Islam“, im November 2019 Rang 10, und „Habibiflo Dawa Produktion“ mit Rang 14 oder „al-Bayyinah“, ein Kanal, der bei etwa 7.000 Abos im unteren Mittelfeld der Rangliste liegen müsste, aber aktuell keine Zahlen zu Abonnements angibt. Weiterhin ist im Verlauf des Jahres ein Kanal aufgefallen, „Khalid Musawwir“, der bei einer Fortführung der Untersuchungen in die Datenbank aufgenommen wird und mit ca. 17.000 Abos im mittleren Bereich der Rangliste auf Platz 14 oder 15 liegen dürfte.

c | Rangfolge nach Abonnements oder nach Aufrufen?

Werden anstelle der Abonnenten die Zahl der Aufrufe je Kanal als Basis für eine Rangfolge ermittelt, so resultiert daraus eine neue Rangfolge mit zum Teil erheblichen Abweichungen und Sprüngen.

Insgesamt 11 Kanäle zeigen starke Ab- bzw. Aufwertungen die zwischen 5 und 10 Plätzen liegen. Nur ein Kanal zeigt keine Veränderung in der Rangfolge. „Botschaft des Islam“ bleibt auf Platz 1 nach Abonnenten und nach Aufrufen.

Überhaupt bleibt die Spitze der ersten 5 Kanäle relativ unverändert im Vergleich zu der Tabelle Abonnenten versus Aufrufe. Weiterhin findet man unter den Top 5 die drei führenden Kanäle: „Botschaft des Islam“, „Macht's Klick“, „Lorans Yusuf“. „PierreVogelDE“ wird zwar von „Hindenburgstrasse“ verdrängt, bleibt aber weiterhin unter den Top 5 vertreten, da nun sein zweiter wichtige Kanal „Pierre Vogel Abu Hamza Official Page“ aufgrund der Aufrufzahlen um 5 Plätze steigt.

Die stärksten Abweichungen gibt es dagegen in dem Vergleich Abonnenten gegen Aufrufe in der unteren Hälfte der Rangfolgen. Hier kann man von zwei unterschiedlichen Rangfolgen sprechen, die jeweils zu unterschiedlichen Interpretationen zur Bedeutung eines Kanals führen kann. Nur ein Kanal bleibt hier mit nur einem Platz Abweichung konstant, „Abul Baraa Tube“ auf Platz 16 bzw. 17.

Überträgt man in einer Interpretation die drei Gruppierungen „Hybride Missionskanäle“, „Salafistische Kanäle“ und die islamistischen Kanäle der „Hizb ul-Tahrir“, so bleiben die Hybriden Missionskanäle unter den Top 5.

Die Kanäle der Hizb ul-Tahrir „Generation Islam“ und „Realität Islam“ verlieren deutlich in der Rangfolge, wenn man Aufrufe als Kriterium der Einstufung nimmt, und das Netzwerk um Pierre Vogel und Abul Baraa bleibt weiterhin eine dominante Konstante. Weiterhin verbessern sich in einer Rangfolge nach Aufrufen die Spiegelkanäle mit ihrer hohen Zahl von Videos um mehrere Plätze nach oben.

Top 10

der beliebtesten YouTube Kanäle der Peripherie des Extremismus

	nach ABONNEMENTS		nach AUFRUFE	Differenz RANKING
1.	147.000 Botschaft des Islam	↔	21.895.822 Botschaft des Islam	0
2.	91.100 Macht's Klick	→	10.489.426 Lorans Yusuf	-2
3.	59.400 Lorans Yusuf	→	8.567.872 Hindenburgstrasse	+1
4.	45.800 PierreVogelDE	→	8.327.634 Macht's Klick	-10
5.	40.100 IMAN TV	→	6.597.291 Pierre Vogel Abu Hamza Offical Page (pierrevogelDE1)	-1
6.	34.600 Generation Islam	→	5.730.533 IMAN TV	-7
7.	34.500 Hindenburgstrasse	→	4.717.803 Habibiflo Dawah Produktion	+4
8.	32.700 Der Islam verbindet	→	4.288.873 Wissen für alle (Shaykh Abdellatif)	-1
9.	32.400 Pierre Vogel Abu Hamza Offical Page (pierrevogelDE1)	→	4.147.508 Der Islam verbindet	+4
10.	30.400 STARCMOON Islam	→	3.446.218 Fitrah Dawah	-1

8 | Fazit

Ziel der Studie ABAT war eine erste explorative Erfassung der Trends, Akteure und Inhalte einer zuvor noch nicht definierten Peripherie des Extremismus auf YouTube. Dieser Report beleuchtet diese Peripherie auf vier verschiedenen Ebenen: Netzwerk, Inhalt, Vielfalt der Formensprachen und Zahlen und Bewegungen unter den Kanälen der „Top 25“.

Es stellt sich heraus, dass sich auf YouTube eine Informationsblase mit islamistischen, salafistischen und Hybridkanälen gebildet hat, die sich gut abbilden lässt.

Der Empfehlungsalgorithmus von YouTube trägt zudem zu einer Abspaltung dieser Informationsblase bei. Durch die verschiedenen Formensprachen, die die Akteure nutzen, wird eine große Zielgruppe mit unterschiedlichen Interessenschwerpunkten erreicht, welche von politischen Themen über persönliche Sinnkrisen bis hin zu Ratschlägen zur Lebensrealität junger muslimischer Menschen reichen. Verschiedene *framing*- und Argumentationsstrategien sowie eine äußerst breite Themensetzung werden genutzt, um alle Interessierten zu bedienen. Die Nutzer*innen scheinen nicht zwischen den verschiedenen Kanaltypen zu differenzieren, sondern sich stark von der integrierten Suchfunktion und dem Algorithmus leiten zu lassen. In den Bewegungen der Abonnement- und Videoklickzahlen lassen sich langfristig Trends erkennen, die für die Extremismusprävention relevant sein können. So kann auch ein erweitertes Verständnis des Netzwerks und der *Gateway* Kanäle dazu beitragen, Präventionskampagnen gezielter zu platzieren.

Die im Verlauf des Projekts entwickelte Methodik und die neu geschaffene Datengrundlage sind solide Ausgangspunkte für dringend benötigte anknüpfende Analysen. Bei der näheren Erkundung der Peripherie des Extremismus sind einige weiterführende Fragestellungen und Hypothesen entstanden, die geprüft werden müssen. Hier zu betrachten wäre beispielsweise der erweiterte Kontext des deutschsprachigen Peripherieclusters: Welche Einflüsse prägen die YouTube Akteure, wenn man die Untersuchungen auf andere Sprachen im YouTube Raum erweitert? Erste Hinweise führen bereits auf einige arabische, türkische und englischsprachige Kanäle. Des Weiteren muss das Konzert der Social Media Optionen in Hinblick auf eine gezielte Medienstrategie untersucht werden. Wie wird YouTube Content mit den medialen Stärken anderer Plattformen, beispielsweise Instagram, kombiniert? Intensiver müssten auch die gängigen Narrative und das jeweilige Framing der Themen untersucht werden. Hier gibt es zudem wichtige Anknüpfungs-

punkte über den Fokus Brückennarrative auf andere Handlungsfelder der Extremismusprävention, wie Rechts- und Linksextremismus. In diesem Zusammenhang spielen auch Counter oder Alternative Narrative eine wichtige Rolle. Hier sollte ein weiterer Fokus der Forschung gesetzt werden, denn die beobachtete Peripherie formuliert nicht nur explizit Feindbilder, sondern führt mit diesen Feindbildern auch häufig einen direkten Schlagabtausch über die sozialen Medien durch. Weiterhin sollte die in den Perspekti-

ven bereits angedeuteten zentralen Themen der Extremismusperipherie durch eine themenzentrierte Analyse intensiviert werden. Gerade hier öffnen sich erfolgversprechende Anknüpfungspunkte für pädagogische Ansätze, die eine Radikalisierung verhindern können, wenn zuvor ein besseres Verständnis für die Themensetzung, das Framing, die Argumentation und die Handlungsanweisungen innerhalb des Peripherieclusters erschlossen wird.

9 | Literatur

Bode, Leticia und Emily Vraga (2015). In related news, that was wrong: The correction of misinformation through related stories functionality in social media. *Journal of Communication*, 65.

Ceylan, Rauf und Michael Kiefer (2013). *Salafismus. Fundamentalistische Strömungen und Radikalisierungsprävention in der Praxis*. Antworten der Zivilgesellschaft auf den gewaltbereiten Neosalafismus. Wiesbaden. Bonn, BpB Lizenzausgabe, Wiesbaden.

Ceylan, Rauf und Michael Kiefer (2018). *Radikalisierungsprävention in der Praxis*. Antworten der Zivilgesellschaft auf den gewaltbereiten Neosalafismus. Wiesbaden.

Courtois, Cédric, Elisabeth Timmermans (2018). Cracking the tinder code: An experience sampling approach to the dynamics and impact of platform governing algorithms. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23, 1–16.

Crick, Matthew (2016). *Power, Surveillance, and Culture in YouTube™'s Digital Sphere*. Hershey, PA: IGI Global, 63-96.

Döring, Nicola (2015). Die YouTube-Kultur im Gender-Check. In: *merz*, Jg. 59, 1/2015, 17-24. Gebel, Christa und Andreas Oberlinder (2018). Das GEHEIMNIS meines ERFOLGES. Orientierungspotenzial von YouTube-Stars. In: *merz*, Jg. 62, 3/2018, 38-43.

Expertengremium Rat für Kulturelle Bildung (2019). "JUGEND / YOUTUBE / KULTURELLE BILDUNG. HORIZONT 2019" Taunusstein, 6–8.

Hugger, Kai-Uwe, Lea Marie Braun, Christian Noll, Tine Nowak, Lars Gräßer, Daniel Zimmermann und Kai Kaspar (2019). Zwischen Authentizität und Inszenierung. Zur medienkritischen Einschätzung informationsorientierter YouTuber*innen-Videos durch Jugendliche. In: Friederike von Gross und Renate Röllecke (Hrsg.), *Dieter Baacke Preis Handbuch 14. Instagram und YouTube der (Pre-)Teens*. Inspiration, Beeinflussung, Teilhabe. München, kopaed.

Jacomy, Mathieu, Tommaso Venturini, Sebastien Heymann und Mathieu Bastian (2013). "ForceAtlas2, a Continuous Graph Layout Algorithm for Handy Network Visualization Designed for the Gephi Software," *PLoS One* 9,6.

Lohlker, Rüdiger (2016). *Theologie der Gewalt*. Das Beispiel IS. Wien.

Lohlker, Rüdiger (2017). *Die Salafisten. Der Aufstand der Frommen, Saudi-Arabien und der Islam*. München.

Maher, Shiraz (2017). *Salafi-Jihadism. The History of an Idea*. Penguin Books, Random House UK.

Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (2018). *JIM-Studie 2017 – Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. Abrufbar unter: www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf (Stand 26.02.2019)

Reed, Alastair, Joe Whittaker, Fabio Votta und Seán Looney (2019). Radical Filter Bubbles. *Social Media Personalisation Algorithms and Extremist Content*. Global Research Network on Terrorism and Technology: Paper No. 8. RUSI, 8-9. Abrufbar unter: https://rusi.org/sites/default/files/20190726_grntt_paper_08_0.pdf

Rieder, Bernhard, Ariadna Matamoros-Fernández und Óscar Coromina (2018). From ranking algorithms to 'ranking cultures': Investigating the modulation of visibility in YouTube search results. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol 24(1).

Roose, Kevin (2019). <https://www.nytimes.com/interactive/2019/06/08/technology/youtube-radical.html> (abgerufen am 25.11.2019)

Said, Benham T. und Hazim Fouad (Hrsg.) (2014). *Salafismus. Auf der Suche nach dem wahren Islam*. BpB 1454. Bonn.

Schmitt, Josephine, Diana Rieger, Olivia Rutkowski und Julian Ernst (2018). "Counter-messages as Prevention or Promotion of Extremism?! The Potential Role of YouTube," *Journal of Communication* 68, 780-808.

Smith, Aaron, Skye Toor und Patrick van Kessel (2018). Many Turn to YouTube for Children's Content, News, How-To Lessons. An analysis of videos suggested by the site's recommendation engine finds that users are directed towards progressively longer and more popular content. Pew Research Center.

Steketee, Michael, Atsushi Miyaoka und Maura Spiegelman (2015). "Social Network Analysis," in *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, ed. James D. Wright, 2nd ed. Amsterdam, Elsevier, 461-467.

Van Den Ende, Benn (2017). "Understanding and Combatting Terrorist Networks: Coupling Social Media Mining with Social Network Analysis," in *The Proceedings of 14th Australian Information Security Management Conference*, 5-6 December, 2016, ed. Mike Johnston. Perth, Western Australia: Edith Cowan University, 48-51.

modus | zad

Impressum

Modus – Zentrum für angewandte Deradikalisierungsforschung gGmbH
Alt-Moabit 73
10555 Berlin

Autoren

Till Baaken, Dr. Friedhelm Hartwig, Matthias Meyer

Grafik + Produktion

www.schnittmarke.biz

Druck

www.boxan.de

© 2019

modus | zad

modus | Zentrum für angewandte
Deradikalisierungsforschung gGmbH

Alt-Moabit 73
10555 Berlin

www.modus-zad.de